

Professor: Todas as orientações e respostas das atividades propostas neste Projeto estão no **Manual do Professor – Orientações específicas**.



Videotutorial

- Assista ao videotutorial com orientações sobre este projeto.

Produzindo um fanzine

Tempo estimado para a realização deste Projeto: 12 semanas.

Que tal criar a sua própria mídia?
O fanzine é um tipo de mídia independente, de produção fácil e barata. Fotografia de uma mostra de fanzines na Casa da Memória Italiana, em Ribeirão Preto (SP), em 2018.



ANGELO DAVANÇO

O fanzine é um tipo de mídia impressa independente produzida por meio de técnica artesanal. Neste projeto, você vai elaborar um fanzine com reflexões sobre a relação entre mídia e Estado e que traga pelo menos um artigo de opinião sobre os meios de comunicação, com base nas seguintes perguntas: que grupos sociais têm acesso à produção e difusão de conteúdos nos meios de comunicação (e em quais deles)? Como democratizar os meios de comunicação? Qual é a relação entre comunicação e cidadania?

Tema integrador: Mídiaeducação

Objetivo: Confeccionar um fanzine que contenha pelo menos um artigo de opinião com reflexões sobre a democratização do acesso à produção e difusão nos meios de comunicação.

Justificativa: Refletir sobre a produção midiática com base na experiência de produção de um fanzine.

Questões desafiadoras: Os diferentes grupos sociais têm acesso à produção e à difusão de conteúdos nos meios de comunicação? Como democratizar os meios de comunicação na atualidade?

Professor-líder sugerido: Filosofia

Temas contemporâneos transversais: Cidadania e Civismo; Multiculturalismo



Além do artigo de opinião, você pode acrescentar quaisquer outros conteúdos que deseje em seu fanzine temático (imagens, poemas, desenhos, letras de música, outros textos...). A produção do fanzine pode ser feita individualmente, em duplas, trios ou em grupo. Vamos lá?

O fanzine é uma mídia que tradicionalmente mistura diversas técnicas artesanais em sua produção. A combinação de texto impresso com desenhos feitos à mão e colagens de imagens é característica desse tipo de mídia.

O que este projeto mobiliza?

Competências Gerais da Educação Básica

7. Argumentar com base em fatos, dados e informações confiáveis, para formular, negociar e defender ideias, pontos de vista e decisões comuns que respeitem e promovam os direitos humanos, a consciência socioambiental e o consumo responsável em âmbito local, regional e global, com posicionamento ético em relação ao cuidado de si mesmo, dos outros e do planeta.
4. Utilizar diferentes linguagens – verbal (oral ou visual-motora, como Libras, e escrita), corporal, visual, sonora e digital –, bem como conhecimentos das linguagens artística, matemática e científica, para se expressar e partilhar informações, experiências, ideias e sentimentos em diferentes contextos e produzir sentidos que levem ao entendimento mútuo.
5. Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva.

CONHECENDO O PROJETO

Este projeto oferece a possibilidade de experimentar a produção midiática independente utilizando a linguagem do fanzine como modo de refletir sobre usos, linguagens, ferramentas e formas de difusão dos meios de comunicação na sociedade contemporânea.

CONHECENDO O PRODUTO FINAL

Fanzines são publicações impressas, feitas à mão, digitalmente, ou misturando ambas as técnicas. Em geral, são vendidos por preços baixos, visando custear os gastos com sua produção, ou distribuídos gratuitamente como forma de fazer circular ideias e criações artísticas de maneira independente. Os fanzines articulam imagens e textos e tratam sempre de um tema específico, em geral de grande interesse do seu criador, de grupos ou comunidades. A palavra “*fanzine*” surgiu da fusão das palavras de origem inglesa “*fan*” e “*magazine*” (que significam, respectivamente, fã e revista). O fanzine que você vai produzir neste projeto deve conter ao menos um texto de opinião, podendo ser adicionados outros conteúdos e recursos conforme o desenvolvimento do processo criativo.

MATERIAL

- Computador com internet e editor de texto (opcional);
- folhas sulfite A4 ou de maior dimensão;
- lápis coloridos e/ou canetas coloridas (opcional);
- cola em bastão e/ou outros tipos de autocolantes, adesivos, *stickers* etc.;
- tesoura;
- revistas e jornais;
- impressora ou fotocopadora.

Professor: As Competências Específicas da área de Linguagens e suas Tecnologias trabalhadas neste Projeto estão relacionadas no Manual do Professor – Orientações específicas.

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas: Competências Específicas e Habilidades trabalhadas neste projeto

Competências	Habilidades
1. Analisar processos políticos, econômicos, sociais, ambientais e culturais nos âmbitos local, regional, nacional e mundial em diferentes tempos, a partir da pluralidade de procedimentos epistemológicos, científicos e tecnológicos, de modo a compreender e posicionar-se criticamente em relação a eles, considerando diferentes pontos de vista e tomando decisões baseadas em argumentos e fontes de natureza científica.	(EM13CHS101) Identificar, analisar e comparar diferentes fontes e narrativas expressas em diversas linguagens, com vistas à compreensão de ideias filosóficas e de processos e eventos históricos, geográficos, políticos, econômicos, sociais, ambientais e culturais.
	(EM13CHS103) Elaborar hipóteses, selecionar evidências e compor argumentos relativos a processos políticos, econômicos, sociais, ambientais, culturais e epistemológicos, com base na sistematização de dados e informações de diversas naturezas (expressões artísticas, textos filosóficos e sociológicos, documentos históricos e geográficos, gráficos, mapas, tabelas, tradições orais, entre outros).
	(EM13CHS104) Analisar objetos e vestígios da cultura material e imaterial de modo a identificar conhecimentos, valores, crenças e práticas que caracterizam a identidade e a diversidade cultural de diferentes sociedades inseridas no tempo e no espaço.
	(EM13CHS106) Utilizar as linguagens cartográfica, gráfica e iconográfica, diferentes gêneros textuais e tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais, incluindo as escolares, para se comunicar, acessar e difundir informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva.

Competências	Habilidades
5. Identificar e combater as diversas formas de injustiça, preconceito e violência, adotando princípios éticos, democráticos, inclusivos e solidários, e respeitando os Direitos Humanos.	(EM13CHS504) Analisar e avaliar os impasses ético-políticos decorrentes das transformações culturais, sociais, históricas, científicas e tecnológicas no mundo contemporâneo e seus desdobramentos nas atitudes e nos valores de indivíduos, grupos sociais, sociedades e culturas.
6. Participar do debate público de forma crítica, respeitando diferentes posições e fazendo escolhas alinhadas ao exercício da cidadania e ao seu projeto de vida, com liberdade, autonomia, consciência crítica e responsabilidade.	(EM13CHS606) Analisar as características socioeconômicas da sociedade brasileira – com base na análise de documentos (dados, tabelas, mapas etc.) de diferentes fontes – e propor medidas para enfrentar os problemas identificados e construir uma sociedade mais próspera, justa e inclusiva, que valorize o protagonismo de seus cidadãos e promova o autoconhecimento, a autoestima, a autoconfiança e a empatia.

ETAPAS

ETAPA 1 – Refletindo sobre o tema do fanzine

As atividades previstas na primeira etapa auxiliam você a se familiarizar com o tema de seu fanzine, refletindo sobre diferentes mídias, sobre sua relação com o Estado e sobre o papel da mídia independente e dos fanzines nos dias de hoje.

ETAPA 2 – Preparando seu texto de opinião

Nessa etapa você vai elaborar um texto de opinião sobre os meios de comunicação na atualidade, trazendo também reflexões sobre o seu processo de democratização. As atividades previstas orientam a organização desse trabalho. O texto de opinião será uma peça central na composição do fanzine.

ETAPA 3 – Selecionando imagens

Parte fundamental da linguagem dos fanzines consiste na articulação entre texto e imagem. Para isso, é importante buscar referências estéticas e planejar o uso e o significado que as imagens terão, assim como seu posicionamento na página etc. Algumas ferramentas práticas e teóricas podem fornecer apoio nesse processo.

ETAPA 4 – Produzindo e distribuindo o fanzine

Há muitas maneiras possíveis de montar seu fanzine. Nessa etapa do projeto você vai se familiarizar com a linguagem dos fanzines para se dedicar à finalização, montagem e disposição dos conteúdos prontos e das referências imagéticas escolhidas nas páginas do fanzine. Em seguida, você e seus colegas podem pensar na distribuição das publicações e na organização de uma feira de fanzines na escola.

ETAPA 5 – Autoavaliação

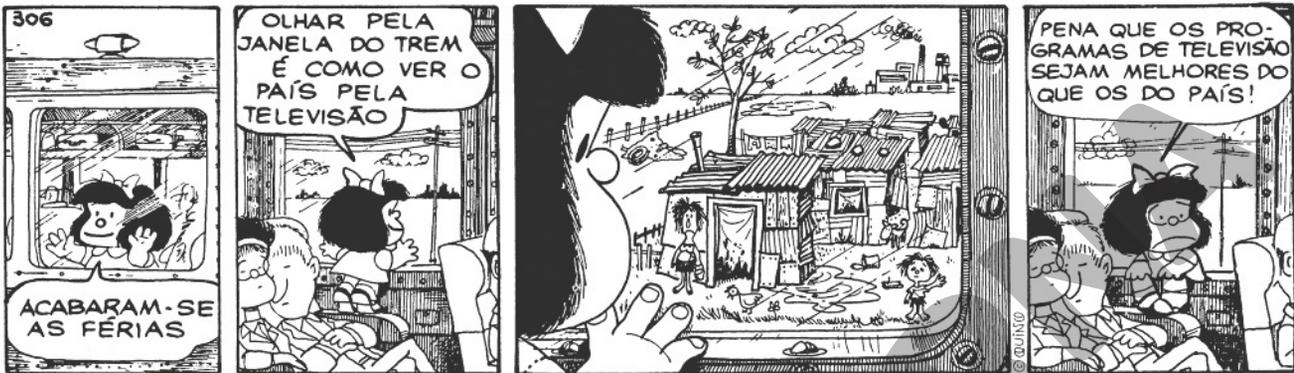
Com base no trabalho de produção do fanzine, você deverá refletir sobre seu aprendizado em relação às diferentes mídias e à produção de mídia independente assim como sobre seu envolvimento com o projeto e sua atuação ao longo das etapas.



Refletindo sobre o tema do fanzine

Mídia e Estado

© JOAQUIM S. LAVADO, TELÓN (QUINO), TODA MAFALDA/FOTORENA



A tirinha da personagem Mafalda, do cartunista argentino Quino (1932-), aponta que a representação e os discursos sobre a realidade nem sempre correspondem a como ela é de fato. Dependendo do contexto, a mídia pode ser uma ferramenta para que se defenda discursos ou interesses de alguns grupos. É papel do Estado, em uma democracia, regulamentar a mídia de maneira a garantir que ela não se torne um poder paralelo operado por poucos grupos. QUINO. *Toda Mafalda*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

Você certamente recebe todos os dias informações que se referem a lugares distantes daquele em que está. Essas informações são elaboradas e repassadas de diversas maneiras, por meio da utilização de ferramentas e dispositivos, que envolvem complexas cadeias de trabalho e relações sociais, econômicas, políticas e culturais. O que significa falar em **mídia**? De que maneira as informações são produzidas e transmitidas pelas diversas formas de mídia? Qual é o impacto das relações sociais na produção midiática e em seu conteúdo?

A palavra “mídia” é uma adaptação brasileira do termo em inglês “*media*”, que, por sua vez, foi emprestado do latim. Em latim, “*media*” é o plural da palavra “*medium*”, que significa “meio”. Você conhece outras palavras da língua portuguesa que estão relacionadas a essa mesma origem em latim? Qual é a relação, em nosso idioma, entre os termos “mídia” e “meio”?



SSPL/GETTY IMAGES

PETER KOTOFF/SHUTTERSTOCK

JULIA NIKITINA/SHUTTERSTOCK

Como as informações chegam até você? Os meios de comunicação mostrados nas imagens são todos igualmente presentes em seu cotidiano? Você tem preferência por algum deles para se informar?



ANTON STARIKOV/SHUTTERSTOCK



S1007/SHUTTERSTOCK



MATUSHCHAK ANTON/SHUTTERSTOCK

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

Para iniciar a exploração do tema de seu fanzine, realize uma busca simples em um dicionário impresso ou digital e observe os sentidos possíveis para a palavra “mídia”. Em seguida, leia o trecho do artigo científico abaixo e reflita sobre a relação entre o uso comum (cotidiano) da palavra “mídia” e o uso conceitual discutido pela autora. Observe, em especial, a relação entre mídia e política que aparece tanto no dicionário quanto no texto a seguir.

O uso generalizado da palavra mídia é recente nas pesquisas em Comunicação no Brasil. A partir da década de 90 é que começou a ser amplamente empregada. Em muitas das publicações especializadas, porém, mídia é utilizada no mesmo sentido de imprensa, grande imprensa, jornalismo, meio de comunicação, veículo. Às vezes, é citada no plural, mídias, num esquecimento – deliberado ou não – de sua origem latina como plural de *medium* (meio).

[...]

As pesquisas brasileiras que construíram a subtemática Comunicação e Política, por exemplo, tiveram seu *turning point* [ponto de virada] mais emblemático nas análises sobre as eleições presidenciais de 1989. Foi a partir do fenômeno Collor [Fernando Collor de Mello foi presidente da república entre março de 1990 e dezembro de 1992] que acadêmicos de diversos campos de conhecimento passaram a reconhecer a importância da comunicação de massa no processo político brasileiro [...].

Para dar conta da então novidade, foi necessário recuperar a inter-relação teórica convergente entre as perspectivas da Comunicação, Socio-

logia, Ciência Política e, até mesmo, Psicologia Social. Foi nestes estudos multidisciplinares que a palavra mídia ganhou destaque, sendo empregada em análises que pretendiam explicar o poder institucional e de representação dos meios de comunicação no mundo político contemporâneo. [...]

Apesar do largo emprego, é difícil encontrar uma definição consensual explícita do conceito de mídia entre os pesquisadores do campo da Comunicação. Seu uso predominante, pelo menos até 2004, parte de uma quase extensão ou decorrência natural de conjunto de meios de comunicação.

Em um rápido apanhado histórico, veremos que a origem do uso da palavra mídia está nas pesquisas norte-americanas sobre *mass media*, herdeiras (em sentido cronológico) dos estudos sobre voto, comportamento eleitoral, propaganda e opinião pública nos períodos pré e pós-guerras, entre os anos 1920 e os 1940, nos Estados Unidos [...].

GUAZINA, Liziane. O conceito de mídia na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares. *Revista Debates*. Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 49-64, jul.-dez. 2007. p. 49-50.

1. Com base em suas reflexões durante a leitura do texto, busque em jornais, revistas e/ou na internet palavras, frases e imagens ligadas aos sentidos possíveis da palavra “mídia”. Depois de imprimir ou recortar essas palavras, frases e imagens, faça uma colagem com os elementos selecionados em meia folha de sulfite A4, adicionando, se desejar, desenhos ou palavras escritas à mão.
2. Compare seu trabalho com o de seus colegas: que elementos se repetem? Que elementos estão presentes nos trabalhos dos colegas e ausentes no seu? Que elementos estão presentes no seu trabalho e ausentes nos dos outros?
3. Guarde a colagem, pois ela poderá ser incorporada como capa, contracapa ou página inicial de seu fanzine!

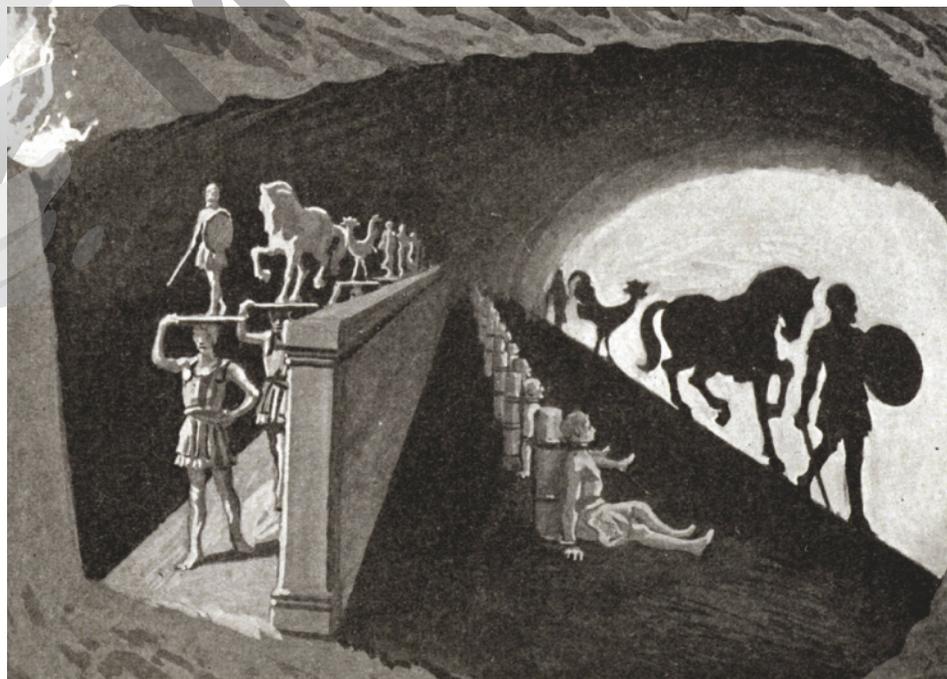


O pintor francês René Magritte (1898-1967) trabalha a alegoria da caverna em algumas de suas obras, como nesta, chamada de *A condição humana* (1933). Óleo sobre tela, 100 cm × 81 cm). Embora a caverna seja predominantemente escura, há também luz que emana de dentro dela. Embora o exterior seja predominantemente claro, há zonas de sombra. Entre interior e exterior, há um cavalete, exprimindo o ato de representar – ou seja, vemos algo que não são as montanhas reais, em si mesmas, mas retratadas com fidelidade em uma tela. Com base nessa obra, que questões você pode levantar sobre representação, verdade e discursos sobre a verdade?

Mídia, conhecimento do mundo e verdade

Na Antiguidade grega, o filósofo Platão (c. 428 a.C.-348 a.C.) elaborou uma alegoria para descrever o impacto da filosofia na maneira de conhecer o mundo. Na “Alegoria da caverna”, texto que integra a coleção posteriormente publicada com o título *A República*, Platão descreve prisioneiros que, dentro de uma caverna por onde entra apenas um feixe de luz, somente conseguem ver as sombras de tudo o que se passa no exterior. Segundo o filósofo, para esses prisioneiros, as sombras – que na realidade são uma representação do mundo – constituem o mundo em si mesmo. Por meio da filosofia, diz ele, seria possível quebrar as correntes, sair da caverna e enxergar os objetos reais sob o sol, constituindo assim um conhecimento real do mundo. A alegoria também discute o papel da verdade nesse processo.

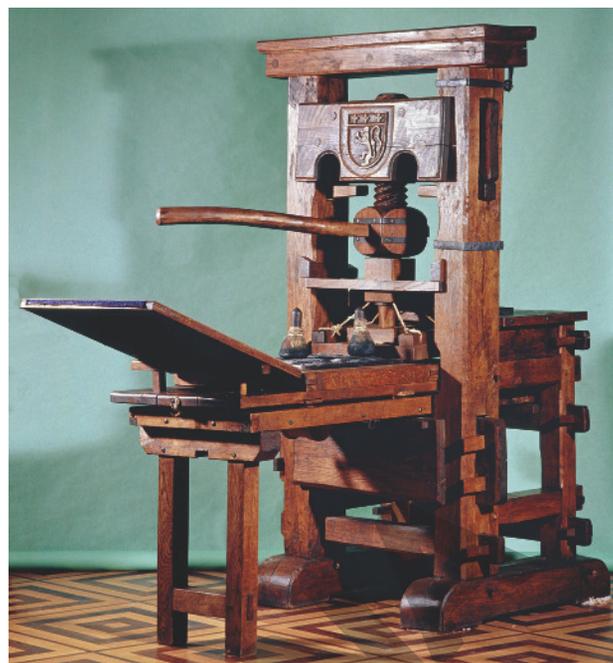
Outros filósofos e cientistas de diferentes áreas, ao longo de toda a história, também teceram suas próprias metáforas e alegorias sobre a relação entre o conhecimento do mundo e a verdade. Um deles foi Karl Marx (1818-1883), que elaborou o conceito de ideologia burguesa, descrevendo-a como um véu que recai sobre os olhos das pessoas impedindo que vejam as relações e os fenômenos sociais como de fato são. Essa limitação poderia ser superada por meio do estudo do materialismo histórico, um método de análise proposto por Marx. Esse método rompeu com o idealismo hegeliano, muito em voga na Europa na primeira metade do século XIX.



A ilustração ao lado, de George Newnes, feita em 1935, mostra a cena descrita por Platão na chamada *Alegoria da caverna*. A alegoria é uma das formas que o filósofo encontrou para expor suas ideias em relação ao papel da filosofia na mediação entre a experiência individual de mundo e a verdade.

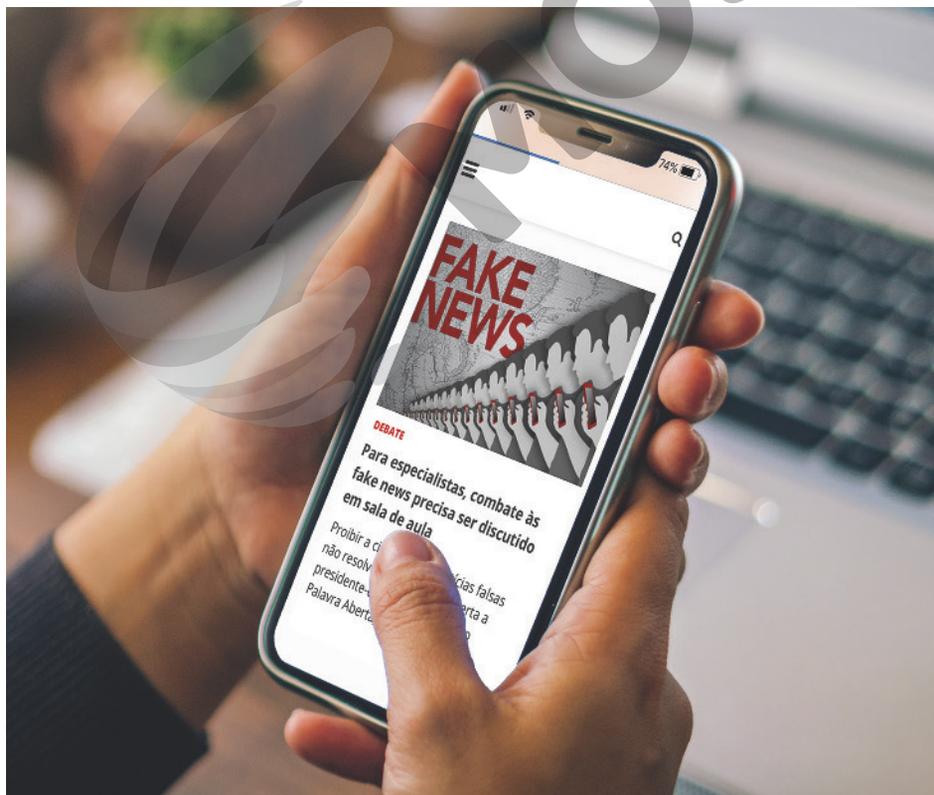
A filosofia idealista desenvolvida por Friedrich Hegel (1770-1831) era bastante popular nas universidades europeias nesse período, em especial nas alemãs. Os hegelianos defendiam que não existiria uma dimensão do mundo que fosse independente das ideias dos sujeitos – ou seja, não haveria um mundo material do qual as ideias fossem mera representação. Ao propor um método materialista – mas que não se reduz ao materialismo (ou seja, as ideias não seriam decorrência “pura” do mundo material) –, Marx rompeu com o idealismo hegeliano e propôs que a relação entre as ideias e o mundo material fosse dialética. Segundo o autor, isso significa dizer que ambos (o mundo material e as ideias) são transformados constantemente um a partir do outro, e que a interação entre eles é ancorada em uma tensão que gera, de forma permanente, um movimento de contraposição e síntese.

A dimensão histórica é essencial para o método proposto por Marx, uma vez que, segundo ele, a sua análise permite compreender os processos de transformação da sociedade. Uma das conclusões dessa percepção é a de que todos os seres humanos são construídos, historicamente e socialmente e em relação às suas condições materiais de existência. Uma implicação política dessa proposição é a de que, ao mesmo tempo em que há condições materiais de existência já consolidadas e que delimitam os contornos da vida das pessoas e suas relações sociais, os seres humanos são, também, capazes de transformá-las, agindo sobre elas.



CHRISTOPHEL FINE ART/UNIVERSAL IMAGES GROUP/GETTY IMAGES - MUSEU DA IMPRESSÃO, LYON, FRANÇA

Você já utilizou uma impressora ou máquina fotocopadora? A máquina mostrada na imagem é uma réplica da primeira máquina de impressão criada no ocidente, chamada “imprensa de Gutenberg” em homenagem a seu inventor. A mídia e a comunicação, como fenômenos sociais, têm sua própria história. Para o alemão Karl Marx, compreender os objetos e fenômenos do mundo historicamente é um passo importante para conhecermos o mundo para além de nossa percepção individual.



Para além das impressoras e das fotocopadoras, as notícias e a imprensa atualmente são consumidas sobretudo em sua forma digital. Que vantagens e desvantagens você identifica quando observa esse fenômeno?

Observar a realidade

Seja para a filosofia, seja para a ciência, na Europa a racionalidade ocupou um papel cada vez mais importante nas formas de conhecer o mundo, sobretudo a partir dos séculos XVII e XVIII. O surgimento das ciências naturais modernas como a Física, a Biologia e a Química marca o momento em que as sociedades ditas ocidentais passaram a elaborar métodos que se pautavam na análise racional e sistemática da realidade, construindo teorias que pretendiam explicar fenômenos naturais compreendidos como universais (como uma tempestade, entre outros fenômenos) por meio de procedimentos específicos.

As explicações científicas modernas passaram então a coexistir (nem sempre harmoniosamente) com as explicações teológicas e das ciências “antigas”, visando compreender todo tipo de fenômeno,

inclusive aqueles ligados ao comportamento e às ações dos seres humanos.

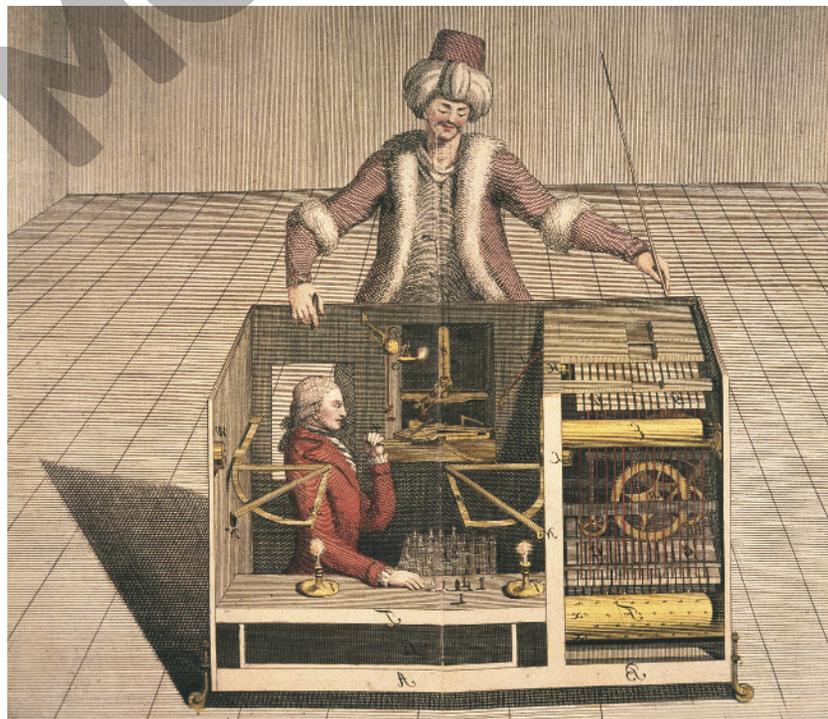
De maneira geral, podemos dizer que a filosofia e a ciência moderna – as Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, inclusive – nos auxiliam a observar a realidade de um ponto de vista que extrapola as nossas impressões imediatas. Na alegoria da caverna podemos associar a representação das impressões imediatas às sombras, e na metáfora de Marx sobre a ideologia, ao véu. Extrapolando essas impressões imediatas por meio da filosofia e das ciências, é como se passássemos a observar as engrenagens que fazem uma máquina funcionar, em vez de apenas nos contentarmos com a sua aparência externa. O filósofo Walter Benjamin analisa a questão da seguinte maneira:

Conhecemos a história de um autômato construído de tal modo que podia responder a cada lance de um jogador de xadrez com um contralance, que lhe assegurava a vitória. Um fantoche vestido à turca, com um narguilé na boca, sentava-se diante do tabuleiro, colocado numa grande mesa. Um sistema de espelhos criava a ilusão de que a mesa era totalmente visível, em

todos os seus pormenores. Na realidade, um anão corcunda se escondia nela, um mestre no xadrez, que dirigia com cordéis a mão do fantoche. Podemos imaginar uma contrapartida filosófica desse mecanismo. [...]

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 222. (Obras escolhidas, v. 1).

A anedota a que Benjamin se refere é conhecida como "O Turco": uma máquina assim denominada era apresentada como sendo capaz de vencer qualquer enxadrista humano; a notícia se revelou falsa quando descobriram que um humano dentro do que seriam as engrenagens da máquina, sem que ele pudesse ser visto pelo público. Passada a ilusão de ótica da experiência individual, a máquina, que parecia funcionar sozinha, se revelava agir de acordo com ações humanas. Benjamin enxergou nessa anedota uma metáfora para explicar a relação dos seres humanos com o mundo e o papel dos conhecimentos em filosofia na mediação da verdade.



AKG-IMAGES/ALBUM/FOTORENA - COLEÇÃO PARTICULAR

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

Novas formas de comunicação

Em nossa época, os meios de comunicação, como jornais e revistas impressos, rádio e televisão, são comumente chamados de “velhas mídias”, uma vez que a partir do final do século XX e início do XXI houve um crescimento significativo na importância da internet, de mídias digitais e redes sociais como meios de comunicação.

A criação das chamadas “novas mídias”, porém, é resultado de um processo histórico que envolve as mesmas relações de poder que produziram antes as “velhas mídias” – como relações econômicas, culturais, políticas, de gênero, raciais, de classe etc. – e que se mantiveram quase as mesmas no último século. As “novas mídias” tampouco eliminaram as “velhas mídias”, passando a integrar-se a elas de diferentes maneiras (quando seguimos um perfil de rede social de uma pessoa, empresa, marca ou programa que acompanhamos diariamente na televisão, por exemplo).

Por sua relevância em nosso cotidiano, importa que nos perguntemos: de onde vêm as informações e os fatos que recebemos por esses meios? Qual é o nosso papel e que funções podemos efetivamente desempenhar (se alguma) na produção e circulação de conteúdo de mídia? Quem produz as informações e peças de mídia que chegam a nossos aparelhos? Como funciona o acesso à informação e a uma verdade dos fatos quando não podemos observar por nós mesmos, dotados de ferramentas científicas ou técnicas, certos fenômenos ao nosso redor?

Atualmente, a maior parte das informações nos chega por meio da mídia. O desenvolvimento acelerado de tecnologias de comunicação em massa transformou tempo e espaço, assim como nossa experiência de mundo, de diversas formas. Quais são os limites da verdade, da imaginação, da ficção e até mesmo da ética em um contexto em que muitas das informações que interferem em nossas vivências cotidianas nos chegam mediadas, ou seja, pelos meios de comunicação?

A relação entre mídia e política, que está no cerne do próprio conceito de mídia, vem sendo objeto de questionamento desde a primeira metade do século XX. Compreender essa relação nos ajuda a pensar sobre os papéis da mídia e do Estado na sociedade. O texto da página a seguir apresenta algumas ideias do filósofo Walter Benjamin sobre esse tipo de relação.

As redes sociais são um exemplo de espaço virtual de mídia em que pessoas tanto consomem um conteúdo compartilhado quanto participam ativamente de sua produção, de diferentes maneiras. Embora pareça de uso individual, as redes sociais só fazem sentido como ação coletiva. No grafite reproduzido, uma criança parece chorar em protesto por não ter recebido nenhuma interação social nas redes. Caso você participe de redes sociais, qual a importância delas e do retorno de outras pessoas sobre o que você consome, compartilha e posta em seus perfis no dia a dia? *Nobody likes me* (Ninguém gosta de mim), de iHeart. Grafite, Vancouver, Canadá, 2014.



As inovações tecnológicas que permitiram a reprodução fácil e massiva de arte, texto, imagens e objetos no início do século XX (processo que se acirrou na segunda metade do século XX com o desenvolvimento da eletrônica e se amplifica agora no início do século XXI com o desenvolvimento de impressoras 3D e outras ferramentas e máquinas de uso doméstico e industrial) transformaram a maneira de circular informações, ideias e até mesmo o gosto das pessoas. As noções de “cultura de massa”, “sociedade de massa” e “meios de comunicação de massa” estão ligadas a essa nova era, chamada por alguns de “era da reprodutibilidade técnica ou tecnológica”. O fanzine aparece como uma forma de mídia que, na mesma medida em que depende dessa característica – a reprodutibilidade técnica – para existir, também se apresenta como resistência a uma massificação, sobretudo ao ser adotado por coletivos e grupos ligados à cena *punk* na década de 1980 como meio de publicação independente e contracultura editorial.

A noção de Benjamin de **reprodutibilidade tecnológica** implica a de reprodução em “massa”. No trabalho de Benjamin, a “reprodução” da arte denota menos uma “pluralidade”, uma mera coleção de ocorrências individuais, do que uma “massa”. A reprodução em massa diz respeito ao surgimento e à transformação das próprias massas: “A reprodução em massa é particularmente favorecida pela reprodução das massas”. Uma característica-chave da tecnologia do cinema é sua afinidade crucial com a lógica da formação das massas. Benjamin ilustra isso: “Em grandes procissões cerimoniais, convenções gigantescas e eventos esportivos de massa e na guerra, que alimentam as câmeras, as massas se deparam frente a frente consigo mesmas. Esse processo, cuja importância é evidente, está intimamente ligado ao desenvolvimento das tecnologias de reprodução e de gravação”. (Benjamin, W. *Selected Writings*. vol. 3. ed. Howard Eiland e Michael W. Jennings. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002, p. 122.)

Os meios de comunicação não afetam apenas a visibilidade do poder em virtude da apresentação do governante no parlamento, eles também desempenham um papel decisivo na formação das massas. Isso é alcançado apresentando a elas sua própria imagem, por meio da “realização do desejo das massas contemporâneas de aproximar coisas espacial e humanamente” e “superar a singularidade de cada coisa”. A tecnologia de representação visual da “massa”, capaz de cenas de multidões e closes individuais, percebe a “reação simultânea da massa” pela primeira vez. É essa dupla qualidade da mídia que permite que o filme possibilite que as massas experienciem a si mesmas e apreciem esteticamente seus próprios movimentos de massa.

Enquanto descreve os “movimentos de massa”, Benjamin se refere não apenas à ascensão do fascismo, mas também aos movimentos socialistas e comunistas do início do século XX, todos intimamente associados à transformação da visibilidade das massas modernas.

KANG, Jaeho. A mídia e a crise da democracia: repensando a política estética. *Novos estudos Cebrap*, São Paulo, n. 93, jul. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002012000200006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 24 nov. 2019.

Os quadrinhos são trabalhos geralmente independentes, produzidos e publicados em fanzines e outras mídias (como jornais, revistas e internet). Você pode incluir tirinhas, cartum, charge e quadrinhos no seu fanzine, se desejar.

ATIVIDADES NUVEM DE PALAVRAS

Não escreva no livro.

1. Em grupos de no máximo quatro estudantes, procurem realizar uma leitura da **tirinha** abaixo e depois debatam as questões propostas, anotando em seus cadernos as palavras-chave do debate.

A tirinha de André Dahmer (1974-), publicada no jornal *Folha de S. Paulo* em 2014, apresenta uma crítica à relação das massas com sua própria imagem e a noção de sociedade do espetáculo, processo discutido no texto anterior.



© ANDRÉ DAHMER

- a) De que maneira o debate proposto por Walter Benjamin se aplica ao cotidiano atual e à sua relação com as redes sociais?
 - b) Como as massas se enxergam e são representadas na internet e nas redes sociais?
 - c) As redes digitais de informação facilitaram o acesso e a visibilidade das massas?
2. Com base na lista de palavras-chave, procurem planejar um rascunho de uma nuvem de palavras (veja exemplo abaixo), dando centralidade e maior tamanho às palavras que julgam mais significativas para representar o debate de vocês.
 3. Utilizem computadores e impressora, recortem palavras de jornais e revistas impressos ou desenhem à mão, para compor uma imagem que possa ser utilizada no fanzine.



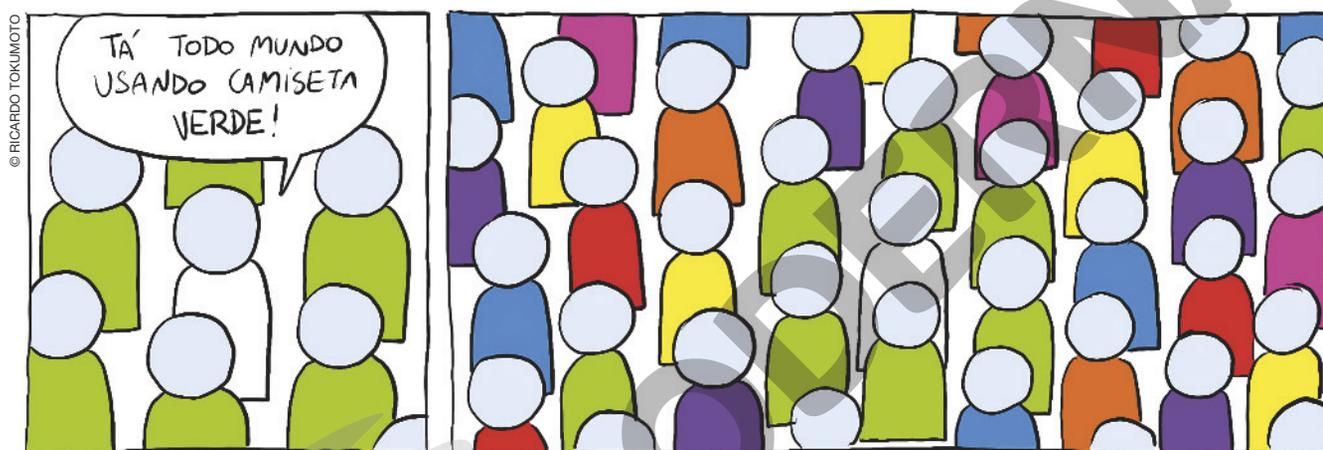
Essa nuvem de palavras foi feita em um *site* que elabora esse recurso visual a partir de palavras ou textos. Ela representa o texto citado anteriormente, trazendo as palavras que mais se repetem (consideradas, portanto, mais importantes) em tamanho maior. Observe a centralidade e o destaque dado para a palavra "massa".

Informação e desinformação

As ciências e a filosofia não são, claro, a única ferramenta que utilizamos para interpretar o mundo. Na maior parte das vezes partimos do senso comum, ou seja, de ideias que nos parecem naturais e óbvias, adquiridas por meio da convivência em sociedade, mas que não têm por base um exame analítico e sistemático da realidade, nem necessariamente um método.

Algumas dessas ideias, inclusive, são fruto de apropriações diversas de conceitos desenvolvidos na ciência. Assim, quando falamos de fenômenos sociais como a mídia, podemos ter algo a dizer com base em nossas experiências pessoais, afinal, vivemos em sociedade e presenciamos esses fenômenos. Contudo, nossas percepções individuais nem sempre podem ser generalizadas para toda a sociedade, e nem sempre são representativas de processos mais amplos.

Esse é um dos grandes desafios do uso de mídias em nosso tempo histórico: ao aproximar as experiências individuais, por meio das redes sociais, muitas pessoas têm a impressão de que estão enxergando fenômenos mais amplos do que realmente são. Por exemplo, ao ver opiniões políticas de amigos e familiares em redes sociais, e encontrar opiniões semelhantes vindas de estranhos cujo conteúdo está sendo compartilhado, uma pessoa pode ter a sensação de que toda a sociedade pensa daquela maneira, o que pode ser contradito por pesquisas e dados estatísticos.



A tirinha de Ricardo Tokumoto (1986-), de 6 de dezembro de 2013, brinca com o efeito de considerarmos apenas o ponto de vista da nossa experiência individual para narrar fatos, acontecimentos e fenômenos. Que ferramentas você conhece para que isso não ocorra? Qual o papel das diferentes formas de mídia nesse processo?

Essa característica faz com que seja potencializado um poder de convencimento que mesmo a “velha mídia” já possuía. Para testar esse poder, o escritor estadunidense Edgar Allan Poe (1809-1849) publicou no jornal *The Sun*, em 1844, um conto chamado “O embuste do balão” (*The baloon-hoax*), relatando uma viagem de balão de apenas 75 horas através do oceano Atlântico, e dando todos os detalhes da invenção que teria permitido o feito. Também pelo fato de o autor ter usado nomes de balonistas conhecidos na época, como Monck Mason, muitos leitores não perceberam a brincadeira e tomaram a ficção por verdade. A intenção de Poe era brincar com a ideia de boato (também chamado de *hoax*), ou seja, uma história inventada a partir de dados e informações verossímeis.

Para nos precaver contra boatos, algumas ferramentas de diferentes ciências podem ser úteis. O conhecimento da física atual sobre o funcionamento dos balões, por exemplo, nos auxiliaria a identificar que a história de Edgar Allan Poe não poderia ser verdadeira. O mesmo ocorre com os fenômenos sociais. Muitas vezes, partindo do senso comum, fontes aparentemente confiáveis de notícias (como *sites*, jornais e revistas) reproduzem boatos com algum tom de verossimilhança, mas que não condizem com a realidade.

Atualmente, consumimos informação em um ritmo cada vez mais acelerado, mas as notícias envelhecem em curto período. Toma-se como verdade aquilo que se vê e se ouve, sem checar a veracidade da informação, levando uma notícia falsa a se espalhar rapidamente pelas redes sociais, atingindo milhões de pessoas, tomando forma de verdade incontestável. Esse fenômeno é chamado de *fake news*.

HULTON ARCHIVE/GETTY IMAGES – COLEÇÃO PARTICULAR



Com esta imagem do balão Victoria, construído por Monck Mason em 1843, Poe ilustrou o conto publicado no *The Sun*, em 13 de abril de 1844. A escolha de imagens, assim como outros elementos do conto, induziu leitores – mesmo com alguma proximidade com a ciência à época – a acreditar em um boato.

Não escreva no livro.

ATIVIDADES TESTANDO CONFIABILIDADE DE FONTES

1. Em grupos de cinco integrantes, discutam as perguntas a seguir, listando os principais argumentos de cada um no debate.
 - a) Como vocês fazem para saber se uma notícia é confiável?
 - b) Que fontes vocês acreditam serem mais confiáveis? Por quê?
2. Agora leiam o texto reproduzido na página seguinte e, sem consultar nenhuma fonte externa, procurem avaliar a veracidade ou a falsidade da notícia. Que elementos dela podem sustentar a percepção de vocês?



Kim Jong-un, secretário-geral do Partido dos Trabalhadores e presidente da Comissão de Defesa Nacional da República Popular Democrática da Coreia. Fotografia de 2019.

A ditadura de Kim Jong-un na Coreia do Norte parece não querer poupar nem mesmo a aparência de seus cidadãos. Primeiro, o governo determinou 10 modelos de cortes diferentes para os homens e 18 para as mulheres. Agora, em mais uma demonstração de autoritarismo – e excentricidade –, o jovem líder decidiu impor o próprio corte de cabelo a toda a população masculina do país. A informação é da rádio Free Asia, citada pela emissora britânica BBC.

Com a nova medida, determinada há duas semanas, mas divulgada nesta quarta-feira [26 de março de 2014], em breve, todos os homens norte-coreanos terão os cabelos raspados nos lados da cabeça e espetados em cima – ou, em uma rara variação, penteados para baixo e divididos ao meio – nos moldes do corte do ditador. Os primeiros a terem seus estilos redefinidos à moda de Kim Jong-un foram os estudantes da capital Pyongyang, mas logo a obrigação foi estendida para o restante da população masculina. [...]

Segundo a BBC, para incentivar os “do contra”, a TV estatal norte-coreana lançou a campanha “Vamos cortar o cabelo no estilo de vida socialista”.

DITADOR da Coreia do Norte impõe o próprio corte de cabelo aos homens do país. UOL, São Paulo, 26 mar. 2014. Internacional. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2014/03/26/ditador-da-coreia-do-norte-impoe-o-proprio-corte-de-cabelo-aos-homens-do-pais.htm>>. Acesso em: 4 dez. 2019.

3. A notícia reproduzida mostra um *hoax* de cunho político ocorrido em 2014, que foi propagado por importantes agências de notícias em boa parte do mundo. Agora que vocês leram o texto e já sabem o que é um *hoax*, procurem responder às seguintes questões:

- Como vocês imaginam que o *hoax* tenha sido desmascarado?
- Que elementos poderiam ter servido como um alerta de que a notícia talvez fosse falsa?
- Que conhecimentos específicos da área de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas sobre

a República Popular Democrática da Coreia poderiam auxiliar a desmascarar o *hoax*?

- Que conhecimentos do senso comum sobre o país e seu sistema político colaboraram para que a falsa notícia fosse replicada?
- Boatos desse tipo podem ter uma função política? Qual? Que tipo de atitude seria a mais correta a tomar ao nos depararmos com informações não confirmadas? Por quê?
- Que sites e serviços disponíveis na internet investigam boatos e notícias para atestar sua veracidade?

Fake news

Muitas vezes, uma notícia falsa se propaga pelas redes, tomando grandes proporções e se cristalizando como verdade. A desconstrução dessa falácia nem sempre é fácil. Hoje, no entanto, existem *sites* que verificam a veracidade das informações e apontam *fake news* (notícias falsas), o que garante maior confiabilidade ao que é postado nas mídias sociais.

Uma das características das *fake news* é a manipulação intencional. Por isso, na maior parte das vezes, o disparador da notícia falsa se vale da utilização de montagens em vídeos e imagens, com o intuito de deixar a notícia com uma “aparência verdadeira” e prejudicar determinada pessoa ou grupo. O maior perigo das *fake news* é transformar mentiras em verdades com notícias que intencionalmente apelam para o emocional do leitor/espectador.

Fake news e as informações sem comprovação científica

Outro tipo de *fake news* diz respeito a notícias notadamente falsas, “embasadas” em conhecimentos pretensamente científicos. Essas *fake news* se caracterizam por difundirem informações sem comprovação científica e que muitas vezes podem implicar sérias consequências para a saúde.

Um exemplo são as notícias que anunciam a descoberta de que algumas vacinas, que previnem doenças, poderiam causar outras doenças graves. Reconhecidas, em muitos casos, como informações sem comprovação científica, essas notícias podem influenciar no retorno de doenças dadas como erradicadas em diversas regiões do planeta. Que tipo de atitude seria a mais correta ao nos depararmos com informações não confirmadas? Por quê?

COMO IDENTIFICAR NOTÍCIAS FALSAS

CONSIDERE A FONTE
Clique fora da história para investigar o *site*, sua missão e contato.

LEIA MAIS
Títulos chamam a atenção para obter cliques. Qual é a história completa?

VERIFIQUE O AUTOR
Faça uma breve pesquisa sobre o autor. Ele é confiável? Ele existe mesmo?

FONTES DE APOIO?
Clique nos *links*. Verifique se a informação oferece apoio à história.

VERIFIQUE A DATA
Repostar notícias antigas não significa que sejam relevantes atualmente.

ISSO É UMA PIADA?
Caso seja muito estranho, pode ser uma sátira. Pesquise sobre o *site* e o autor.

É PRECONCEITO?
Avalie se seus valores próprios e crenças podem afetar seu julgamento.

CONSULTE ESPECIALISTAS
Pergunte a um bibliotecário ou consulte um *site* de verificação gratuito.

Tradução: Denise Cunha

IFLA
International Federation of Library Associations and Institutions

Que relações têm as notícias falsas com o tema de seu fanzine sobre mídia e Estado? Você conhece algum caso recente de *fake news*? Qual seu impacto político? Esse infográfico foi produzido pela Federação Internacional de Associações e Instituições de Biblioteconomia (IFLA, International Federation of Library Associations and Institutions) e dá algumas dicas sobre como identificar notícias falsas (disponível em: <<https://www.ifla.org/node/11174>>; acesso em: 12 dez. 2019).

O texto abaixo (Texto 1) foi publicado por pesquisadores no periódico científico português *Media & Jornalismo* em 2018. Faça uma primeira leitura e procure selecionar os trechos que falam da sociedade civil como agente no processo de barrar *fake news* e lidar com esse novo problema social, anotando de maneira sucinta que trechos são esses, em um espaço de seu caderno (para isso, você pode se valer de contagem de linhas ou do uso de símbolos, registrar apenas as primeiras e as últimas palavras do trecho selecionado etc.). Depois, selecione os trechos que mencionam o Estado como responsável por esse tipo de ação. Realize, então, uma primeira leitura da notícia de jornal parcialmente reproduzida na página 165 (Texto 2), selecionando os mesmos agentes do primeiro texto. Por fim, leia as questões propostas e retorne aos textos para respondê-las individualmente ou em grupo.

Texto 1

Notícias falsas, histórias fabricadas, boatos, manchetes que são isca de cliques (as chamadas *clickbaits*) não são novidade. Darnton (2017) relembra o surgimento dos pasquins, na Itália do século XVI, que se transformaram em um meio para difundir notícias desagradáveis, em sua maioria falsas, sobre personagens públicos. Também recorda o surgimento dos Canards, gazetas com falsas notícias que circularam em Paris a partir do século XVII.

McGuillen (2017) pesquisou as notícias fabricadas na Alemanha do século XIX por falsos correspondentes estrangeiros. Dado o alto custo de se enviar repórteres para o exterior, escritores da equipe local fingiram que estavam a enviar textos do exterior. Um dos casos mais emblemáticos é o de Theodor Fontaine. Nos anos 1860, ele escreveu “de Londres” durante uma década para o jornal ultraconservador de Berlim, *Kreuzzeitung*, com minúcias e relatos pessoais emocionantes, sem nunca ter estado ali nesses anos.

Exemplos mais recentes ou mais antigos, como os acima mencionados, diferem-se fundamentalmente do atual contexto pelo potencial de disseminação do ambiente *on-line*, que facilita a circulação das notícias falsas. [...]

A preocupação com o problema das *fake news* levou uma série de organizações a elaborarem projetos relacionados ao tema, especialmente de verificação de fatos e capacitação de cidadãos e coletivos para identificar e não disseminar conteúdos falsos. [...]

Há manuais tanto para profissionais das mídias quanto para cidadãos em geral. Com o primeiro

grupo, o foco é a qualificação do trabalho de apuração, mostrando como analisar materiais e como atuar na busca de informações, especialmente em situações complexas como em zonas de conflito. [...]

O problema das notícias falsas acendeu a luz amarela também de governantes, especialmente pelo impacto direto na política e, especificamente, nas disputas eleitorais. Para além das críticas a conteúdos falsos e ao seu uso em pleitos – prática tão antiga quanto os mecanismos de desinformação –, diversas reações surgiram no plano da administração pública. [...]

Na Alemanha, o parlamento aprovou em junho de 2017 uma lei que trata não somente de notícias falsas, mas de conteúdos ilegais em geral. Pela nova lei, plataformas *on-line* podem pagar multas de até € 50 milhões se não retirarem conteúdos ilegais. A obrigação é derrubar publicações em até 24 horas após a notificação. “Liberdade de expressão termina onde a lei criminal começa” (tradução própria), justificou o ministro da Justiça da Alemanha, Heiko Maas, argumentando também que os crimes de ódio no país aumentaram 300% nos últimos dois anos. (The Guardian, 2017). As plataformas também devem publicar a cada seis meses um relatório das denúncias e como elas foram encaminhadas.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. *Fake news nas redes sociais on-line: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. Media & Jornalismo*, Lisboa, v. 18, n. 32, abr. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100012&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 24 nov. 2019.

Texto 2

Inteligência artificial aprende a escrever *fake news* para combater *fake news*

“Todos os produtos de carne estarão proibidos nos supermercados britânicos como parte de um banimento do país devido ao bem-estar animal, Brexit, questões sociais e dados relacionados à saúde, diz o jornal *The Telegraph*. Isso inclui tudo, de linguiças a hambúrgueres e churros.”

O parágrafo acima, totalmente falso, foi escrito por um sistema de inteligência artificial. Ele faz parte de um texto completo, com pé e cabeça, criado em inglês. São nove parágrafos que simulam a escrita de um correspondente do jornal americano *New York Times*.

A ferramenta, batizada Grover, foi construída por pesquisadores da Universidade de Washington com o propósito de combater *fake news* geradas em massa por meio de inteligência artificial. Ela está disponível *on-line*

gratuitamente tanto para fabricar quanto para detectar textos falsos, um a um.

Pode parecer contrassenso criar um robô que fabrica *fake news* em massa se é justamente isso que se pretende combater. Rowan Zellers, um dos pesquisadores envolvidos no projeto com outros seis colegas, explica que esse é o primeiro passo para criar uma proteção.

“É um princípio da cibersegurança. Quando a gente pensa num ataque [como campanhas massivas de propaganda], primeiro temos que entender como ele funcionaria e estudar o inimigo. Fazer uma análise da ameaça”, diz o estudante de pós-graduação em ciência da computação. Em outras palavras, é como uma vacina contendo o vírus que precisa combater. [...]”

HERNANDES, Raphael. A inteligência artificial aprende a escrever *fake news* para combater *fake news*. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 22 ago. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/tec/2019/08/inteligencia-artificial-aprende-a-escrever-fake-news-para-combater-fake-news.shtml>>. Acesso em: 9 jan. 2020.

1. Quais tipos de ação são mencionados nos textos para barrar ou dificultar a propagação de notícias falsas?
2. Qual é a importância do envolvimento de diferentes setores da sociedade nesse processo?
3. Qual é a relevância do Estado e da criação de políticas públicas, em sua opinião, para conter propagação de notícias falsas?
4. Que relações aparecem, nesse debate, entre a mídia e o Estado?
5. Com base em suas respostas, redija um parágrafo curto que responda à seguinte pergunta: Qual é, na minha opinião, a relação ideal entre Estado e mídia? Reserve esse parágrafo para as próximas atividades – dependendo de sua análise, ele poderá também compor o texto de opinião para seu fanzine.

O Estado e os meios de comunicação no Brasil

A comunicação figura na Declaração Universal dos Direitos Humanos como um dos direitos fundamentais que devem ser assegurados para todas as pessoas do mundo. Assim, o que significa falar em “direito à comunicação”? Como esse direito pode ser efetivado em nosso contexto social, econômico e político? Quais são os principais desafios no Brasil para essa efetivação? Leia na página seguinte um artigo escrito por Bia Barbosa e Helena Martins, ativistas pelo direito à comunicação no Brasil da ONG Intervezes, que trata dessas questões. No texto são mencionados alguns documentos oficiais que serão tema das atividades da página 167.

Vivemos em uma sociedade marcada pelo constante fluxo de comunicação. Televisores, rádios, celulares, computadores e outros meios permeiam nosso cotidiano. Por meio deles, recebemos conteúdos que nos ajudam a compreender o mundo, formar nossa identidade, elencar os temas da conversa com amigos, familiares e colegas de trabalho, construir opinião e participar da vida política do País. No entanto, apesar da centralidade que os meios de comunicação adquiriram, eles ainda são tratados majoritariamente como espaços privados; já os conteúdos, como mercadorias trocadas pela publicidade e pela própria audiência. Como resultado disso, temos a exclusão das maiorias sociais da mídia e o controle da informação.

No Brasil, desde os anos 1930, quando o sistema começou a ser efetivamente organizado, optou-se pela adoção do modelo comercial para a prestação do serviço de radiodifusão, mantendo o controle centralizado no Poder Executivo, especialmente quanto à competência de conceder outorgas. O modelo privilegiou a acomodação de interesses entre os agentes privados e o Estado, caso da separação da regulação da infraestrutura e do conteúdo. Na esteira desse processo, a radiodifusão tornou-se marcada pela concentração da propriedade; presença dominante de grupos familiares e vinculação às elites políticas locais, com consequências seríssimas para a nossa democracia.

Afinal, parte-se da compreensão de que democratizar os meios de comunicação é fundamental para garantir pluralidade de agentes e diversidade de conteúdos e opiniões. Essa premissa está respaldada pela Declaração de Princípios sobre Liberdade de Expressão da Comissão Interamericana de Direitos Humanos (CIDH). Ela, em seu princípio 12, estabelece que “monopólios e oligopólios devem estar sujeitos a leis antimonopólio, uma vez que conspiram contra a democracia ao restringirem a pluralidade e a diversidade que asseguram o pleno exercício do direito dos cidadãos à informação.”

[...]

Adequada, do ponto de vista normativo, aos padrões internacionais de promoção da liberdade de expressão e da diversidade e da pluralidade, a Constituição Federal brasileira de 1988 trouxe uma série de princípios que deveriam – pelo menos desde sua aprovação – balizar o funcionamento do sistema de comunicação

no País. Fruto da participação de entidades da sociedade civil no processo constituinte, nossa Carta Magna traz artigos progressistas sobre o tema. Estabelece, por exemplo, princípios norteadores da produção e da programação das emissoras de rádio e televisão (art. 221), proíbe o monopólio e o oligopólio nos meios de comunicação (art. 220) e fixa que os sistemas público, privado e estatal devem ser complementares (art. 223), entre outras medidas. Esses três artigos, contudo, não encontram detalhamento na legislação infraconstitucional, tornando-se letra quase morta.

As poucas regras objetivas que tratam da regulação do setor datam ainda do período da ditadura militar. É o art. 12 do Decreto-Lei nº 236/1967 que estabelece a quantia que cada entidade pode ter de permissões (dadas a emissoras de caráter local) e concessões (de caráter nacional) para executar o serviço de radiodifusão [...].

Na prática, porém, a formação de redes tem sido historicamente utilizada pelos diversos grupos econômicos que controlam a radiodifusão no País para ir além dos limites legais autorizados, fazendo com que uma cabeça de rede [...] imponha a transmissão de sua programação para afiliadas em todo o País.

A constituição de redes é apontada pela Agência Nacional do Cinema (Ancine) como fundamental na definição do mercado de TV aberta no Brasil. No Mapeamento da TV aberta de 2010, a agência reconheceu que as afiliadas “oferecem audiência às emissoras, em troca de programação, gerando assim mais audiência e anúncios a ambas”. Notou ainda que as geradoras funcionam como retransmissoras de programação e que a infraestrutura pública serve para dar suporte, de Norte a Sul, a negócios privados. Apesar dessa importância, a Ancine assinalou que nem a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) nem o então Ministério das Comunicações possuíam o mapeamento das redes de TV.

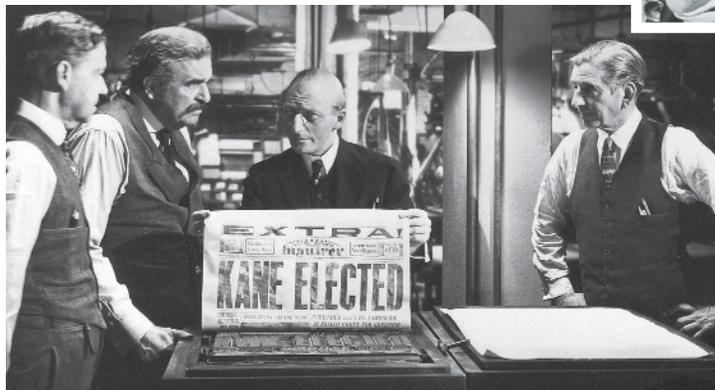
Outras questões importantes e comuns ao ordenamento jurídico, inclusive de democracias liberais, como a dos Estados Unidos, não foram adotadas na legislação brasileira, resultando em ainda maior concentração dos meios. A proibição da propriedade cruzada – grupos que controlam emissoras de rádio e TV não podendo, por exemplo, operar no mercado de jornais e revistas – não faz parte da nossa realidade. Pelo contrário, a propriedade de mídias diversas é uma das principais características

da comunicação comercial existente no País. Esse tipo de acúmulo é proibido apenas no caso dos Serviços de Acesso Condicionado (SeAC), como a TV por assinatura, regra estabelecida após a aprovação da Lei nº 12.485, em 2011. O texto proíbe que empresas de telecomunicações controlem empresas de radiodifusão e vice-versa e impede que os serviços de cada setor sejam prestados por um grupo que atua no outro. Contudo, em relação à televisão aberta, ao rádio, aos impressos e mesmo à internet, não há limitação.

BARBOSA, Bia; MARTINS, Helena. Reforma das comunicações: imperativo para a democracia no Brasil. *Saúde em debate*, Rio de Janeiro, v. 42, n. especial 3, p. 41-53, nov. 2018.



ACERVO ICONOGRAPHIA



RKO/ALBUMFOTOARENA

O setor de escuta do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), no período do Estado Novo, era responsável por registrar e analisar o conteúdo transmitido via rádio. O DIP foi um dos órgãos de controle da imprensa e do setor de cultura responsável pela censura, que funcionou de 1939 a 1945.

O filme *Cidadão Kane* (1941), de Orson Welles, tem como personagem central um magnata das comunicações. Em diversos momentos da narrativa, a relação entre mídia, enriquecimento pessoal e poder político nos Estados Unidos é mostrada de maneira crítica.

ATIVIDADES

REFINANDO O TEMA DE SEU ARTIGO DE OPINIÃO

Não escreva no livro.

O tema de seu fanzine é a relação entre a mídia e o Estado. Para refinar o tema de seu artigo de opinião, siga estas orientações:

1. Escolha pelo menos um dos dispositivos legais citados no texto de Bia Barbosa e Helena Martins e pesquise-o na internet para conhecer o que estabelece e quais são seus argumentos. Leia-o com atenção; se necessário, realize pesquisas complementares para compreendê-lo em profundidade.
2. Em seguida, procure pesquisar pelo menos duas iniciativas ou organizações da sociedade civil que atuam em prol da democratização dos meios de comunicação e da comunicação como direito humano (comunicação e cidadania). Depois responda às questões:
 - a) Qual a missão desta organização?
 - b) Ela é formada por pessoas ou entidades/empresas?
 - c) Como é sua estrutura interna?
 - d) Quem financia seu trabalho?
 - e) Que tipo de ação realiza?
 - f) Qual sua relação com o Estado?
 - g) Produz mídia? De que tipo?
3. Com o auxílio de seu professor, escolha um caso concreto, real, ligado à legislação/documento oficial que você leu e/ou à organização que você conheceu. Para isso, realize uma busca simples em jornais de notícias e/ou na internet.
4. Com base na análise desse caso, elabore um pequeno texto (de 3 a 5 parágrafos). O texto deverá abordar o caso analisado, problematizando a relação entre mídia e Estado. É interessante, além disso, que você utilize esse texto posteriormente em seu artigo de opinião, discutindo nele o dispositivo legal e a organização da sociedade civil que você escolheu nesta atividade.

O acesso à internet no Brasil

Nos últimos anos, vem crescendo aceleradamente o acesso à internet no Brasil. O uso de dispositivos móveis, em especial os celulares, tem sido o grande vetor de popularização do acesso à rede mundial de computadores.

O Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, o que equivale a 67% das pessoas com 10 ou mais anos que vivem no país (2016), segundo os resultados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad C) do IBGE.

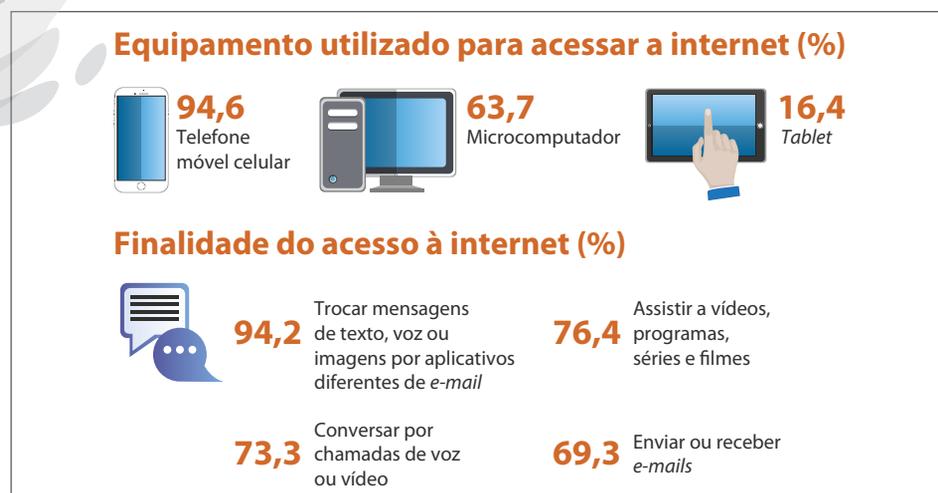
A utilização da internet no Brasil, no entanto, não é homogênea. A Região Sudeste, a mais populosa e a economicamente mais pujante, concentra o maior número de acessos, cerca de 72,3%; a Região Centro-Oeste, 71,8%; a Região Sul, 67,9%; enquanto a Região Norte aparece com 54,3%; e a Região Nordeste com 52,3%.

O acesso à internet se dá principalmente pelos *smartphones* (telefones celulares), modalidade que é citada por 94,6% dos entrevistados. O percentual dos usuários jovens (entre 18 e 24 anos) que têm celular é significativo (70,0%), sendo ainda maior entre pessoas que têm entre 25 e 34 anos de idade (88,6%). Na faixa etária de 35 a 39 anos o índice é semelhante (88,2%), sendo menor nas faixas etárias seguintes, chegando a 60,9%, entre os idosos (60 anos ou mais). Os computadores de mesa (microcomputadores) foram citados por 63,7% das pessoas como forma de acesso à internet, e os *tablets*, por 16,4%. Os *smartphones* contribuíram para o aumento de conexões, especialmente nas regiões Norte e Nordeste. Nesses locais, o acesso por meio de computadores residenciais é inferior a 30%.

De maneira geral, a população jovem é a que mais tem acesso à internet, (85% dessa faixa etária). Em compensação, 25% da população com mais de 60 anos se conectou à internet em 2016.

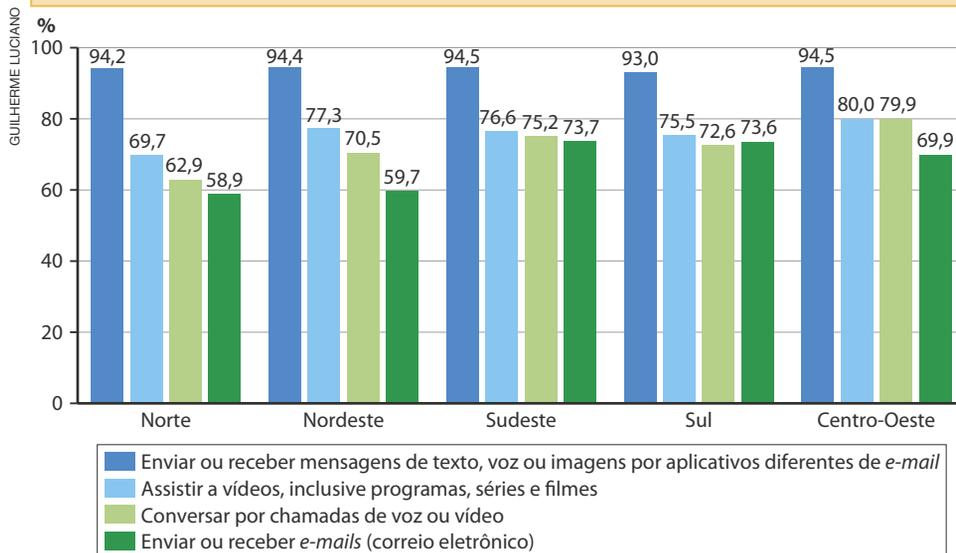
No que diz respeito à população de estudantes no país, persistem desigualdades. Segundo o Pnad, dos 37,2 milhões de estudantes com 10 anos ou mais, 81,2% utilizaram a internet; 75,0% dos estudantes da rede pública acessaram a internet, em contraste com 97,4% daqueles da rede privada.

E o que as pessoas fazem quando estão conectadas? A maioria absoluta (94%) usa a rede para conversas com mensagem de textos. Em segundo lugar, cerca de 76% disseram se conectar à *web* para assistir a vídeos, séries e filmes. Observe as informações sobre os usos da internet por idade e regiões do país nos gráficos a seguir, que dão suporte para a atividade da página 169.



Fontes: IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016. Brasil tem 116 milhões de pessoas com acesso à internet, diz pesquisa. *Tecmundo*, 21 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/127430-brasil-116-milhoes-pessoas-acesso-internet-pesquisa-ibge.htm>>. Acesso em: 4 dez. 2019.

PERCENTUAL DE PESSOAS QUE ACESSARAM A INTERNET, SEGUNDO A FINALIDADE DO ACESSO (2016)



Fonte: Pnad Contínua TIC 2016. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens>>. Acesso em: 4 dez. 2019.

ATIVIDADES UMA TIRINHA PARA SEU FANZINE

Não escreva no livro.

Analise o texto e os gráficos apresentados anteriormente e observe a tirinha reproduzida nesta página para criar uma charge, um cartum ou uma tirinha sobre a relação entre mídia e Estado, que poderá ser utilizada em seu fanzine. Siga as orientações abaixo e guarde suas respostas, pois elas podem servir como base para seu texto de opinião.

1. Observe a extensão do acesso à internet no Brasil. O que você pensa sobre esses dados? O que os dados analisados revelam? Anote suas principais ideias, bem como as justificativas para elas.
2. Reflita sobre o papel (ausência ou presença) do Estado na forma como esse fenômeno se dá. Qual é a relação entre o acesso à internet, as políticas públicas e a comunicação como um direito humano? Anote as principais correla-

ções que você estabeleceu e os fatos em que se baseia para tal.

3. As tirinhas, charges e cartuns normalmente apresentam a opinião de seus autores sobre determinado tema, gerando humor por meio da apresentação de contradições gráficas ou de texto (como no caso da tirinha abaixo). Escolha qual será a contradição que você deseja comunicar em sua tirinha/charge/cartum e que elementos gráficos e textuais apresentará para isso. Faça um rascunho a lápis e peça que seus colegas leiam, pedindo um retorno sobre o que planejou.
4. Após chegar a uma versão definitiva que agrade a você e comunique bem suas ideias, faça uma versão da tirinha a caneta e reserve, integrando-a à montagem do fanzine se desejar.



Essa tirinha de André Dahmer, publicada no jornal *O Globo* em 2013, traz uma forte reflexão sobre o impacto subjetivo e cultural intergeracional do processo de transformação histórica dos meios de comunicação.



Preparando seu texto de opinião

Vida de comunicador: articulando saberes

Com base no debate sobre o tema de seu fanzine – a complexa relação entre mídia e Estado – e nas atividades da Etapa 1, você deve ter algumas ideias sobre quais são os pontos dessa discussão que te interessam. Por isso, agora você irá desenvolver seu texto de opinião, que comporá a parte central do fanzine. Ele precisa ser escrito em linguagem acessível, mas não pode ser baseado apenas em senso comum.

De início, reflita brevemente sobre o trabalho do comunicador – em especial, o trabalho dos jornalistas, profissionais que lidam cotidianamente com a expressão textual. Para sistematizar as principais ideias desenvolvidas na etapa anterior e amarrá-las de forma coesa, você pode utilizar algumas ferramentas que normalmente os jornalistas utilizam para preparar seus textos. Seus argumentos para um texto de opinião não devem ser simplesmente inventados: é preciso partir de informações bem estabelecidas, fatos e dados. Para isso, você deve mobilizar conhecimentos da área de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas. Esses conhecimentos científicos auxiliam na produção de uma análise acurada da realidade e do fenômeno com o qual você escolher trabalhar. Dessa maneira, seu texto de opinião ganhará força e solidez.

Via de regra, antes de escrever, o jornalista realiza uma pesquisa prévia e redige uma pauta – um parágrafo conciso que não traz apenas o assunto do texto, mas também a abordagem que pretende fazer do tema (também chamado de ângulo do texto), e um caso real, anedota ou situação concreta, por meio do qual cativa o leitor (conhecido como gancho do texto). Observe também o uso do vocabulário, procurando evitar palavras demasiadamente longas, frases muito extensas e jargões que seu público talvez não entenda. Alterne frases de tamanhos diferentes para criar ritmo na leitura, atentando à pontuação. Essas são apenas algumas dicas de texto que podem apoiar seu trabalho.

Antes de começar, porém, é preciso planejar seu texto. As atividades a seguir orientam sobre como fazer esse trabalho.

Existe uma enorme diversidade de revistas independentes feitas por jovens. Diversos conhecimentos e ferramentas das Ciências Humanas e Sociais Aplicadas são articulados no trabalho de comunicação, para além dos conhecimentos técnicos de comunicadores como jornalistas, fotógrafos, editores etc. Por exemplo, algumas edições da revista *Viração*, cujas capas estão expostas nas imagens abaixo, abordam a relação entre mídia e juventude, entre outros assuntos.



IMAGENS: REPRODUÇÃO

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

Na etapa anterior, você já deve ter refletido sobre o tema que irá abordar em seu texto de opinião. As orientações a seguir vão ajudá-lo no planejamento e na elaboração em detalhes.

1. Preparando o terreno

Converse com seus colegas, amigos, familiares e pessoas de sua convivência sobre o tema que escolheu para discutir. Anote os principais argumentos que surgirem, sobretudo aqueles com os quais você não concorda. Dessa maneira, poderá estabelecer um diálogo no seu texto com algumas ideias que as pessoas têm sobre o assunto, engajando os leitores mais facilmente.

Com o auxílio de seu professor, defina qual será o público leitor de seu fanzine. Quem vai ler esse texto? Quais são as características desse público leitor, o que você sabe sobre ele? Especificamente, o que você sabe sobre suas opiniões em relação ao tema? Reflita: de que maneira esse tema toca a vida de seu público leitor? Que situações concretas seu público conhece e/ou vive e poderiam funcionar como “gancho”?

2. Listando argumentos

Faça uma pesquisa simples em fontes confiáveis para encontrar referências sobre o tema que possam enriquecer sua argumentação. Liste os argumentos que você achar mais interessantes para seu texto de opinião. Lembre-se de que essa lista não deve ser muito longa.

3. Redigindo a pauta

Com base nas reflexões construídas até aqui, você deverá elaborar sua pauta, que deve consistir em um parágrafo organizado da seguinte maneira:

Uma ou duas frases introduzindo o gancho (situação concreta que o público leitor vive e que o aproxima do assunto examinado). Uma ou duas frases resumindo algumas opiniões das pessoas com quem conversou sobre o tema escolhido. Uma ou duas frases resumindo suas principais opiniões em relação ao tema, após a sistematização dos argumentos e da abordagem escolhida.

4. Planejando o texto

Você já reparou que os textos de opinião seguem um “roteiro” ao dispor as ideias? A partir da pauta, organize um esboço ou esqueleto do texto, em que você definirá quais serão seus principais trechos ou seções, redigindo um resumo dos seus conteúdos em uma ou duas frases, conforme exemplo que pode ser acompanhado nas páginas seguintes. Em alguns casos, como no exemplo, é possível também usar subtítulos para facilitar a leitura e destacar certas seções do texto.

Atenção!

No texto das páginas seguintes, há uma organização visual que vai ajudar você a perceber as diferentes partes do “roteiro” de um texto de opinião. Veja só: o texto que faz parte da introdução está destacado na cor rosa; as partes do texto relacionadas ao aprofundamento do caso estão destacadas na cor azul; as partes que se relacionam com o levantamento de novas questões, na cor verde; e o texto que faz parte da retomada e da conclusão está destacado na cor roxa.

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

Introdução

Nessa parte do texto, você deve apresentar seu gancho (caso real) e as principais questões motivadoras do texto.

Aprofundamento do caso

Nessa parte você irá expor os argumentos que sustentam a sua abordagem.

Levantamento de novas questões

Ao longo do texto é importante instigar o leitor com novas perguntas.

Retomada e conclusão

Na conclusão, é interessante retomar o caso inicial que serviu de gancho de exploração do tema e possivelmente trazer uma provocação ao público leitor.

Texto-exemplo:

Regulação da mídia

O violento, sanguinário, chocante ataque do radicalismo islâmico contra a revista *Charlie Hedbo*, em Paris, gerou uma ampla discussão sobre a liberdade de pensar e de emitir o pensamento: o que é, para que serve, se deve ou não ser regrada, principalmente se tem ou não tem limites. Sobre esse último tópico, escrevi em 2004 um artigo em cujo título, "A liberdade de expressão e o direito de mentir", buscava vislumbrar a existência ou a impossibilidade de barreiras ao livre exercício da liberdade. Nos tempos que correm, com a internet divulgando as opiniões de milhões de cabeças sem qualquer restrição (verdades, mentiras, maldades, vinganças, achaques), a discussão sobre essa conquista do espírito humano está, mais do que nunca, na ordem do dia.

Discordo totalmente da sua opinião e defendo seu direito de emití-la: esse é o cânone da liberdade de expressão. Pessoalmente espero que assim permaneça, mas há de reconhecer que as tecnologias da informação e os novos comportamentos que estão gerando levarão essa discussão a níveis antes nunca alcançados. Esse é um aspecto positivo da atualidade, discutir ou rediscutir tudo que está sendo influenciado pelo novo cenário da comunicação e das relações humanas. O que não é positivo é impedir a regulação de serviços públicos argumentando que seus marcos regulatórios são mecanismos contra a livre circulação de ideias. Não é positivo porque uma coisa não tem nada a ver com a outra.

Energia, água, saúde, educação, transporte e outros serviços públicos estão regulados no Brasil e na maioria dos países, espelhando a necessidade de regras para seu funcionamento, devido ao seu impacto social, e de ordenação legal para sustentar o bom desempenho das ações do Estado relacionadas com eles. A mídia, em todas suas manifestações (radiodifusão, veículos impressos, *web*), é um serviço público de alta potência, com grande influência desde sempre sobre as populações e agora, na era digitalizada, com penetração cada dia maior no conhecimento, consciência e inconsciência dos cidadãos. Portanto, deve ser prestado com base no interesse público, como os demais serviços, e o único caminho para isso é o estabelecimento de regras para seu funcionamento.

A mesma tecla

No Brasil, maior produtor, exportador e consumidor de mídias (de informação e de lazer) da América Latina, há leis que regulam a internet,

a TV paga e outros aspectos, mas não uma lei geral (incluindo, por exemplo, a TV aberta). Toda vez que o governo ou segmentos da sociedade demonstram intenção de regular esse serviço de maneira abrangente, as empresas do setor se arregimentam, se unem, para dizer que a intenção é “controlar a liberdade de expressão”. Isso acontece desde a promulgação da Constituição de 1988, não importando as tendências políticas ou ideológicas dos governos de José Sarney, Fernando Collor, Itamar Franco, Fernando Henrique Cardoso, Lula, Dilma. Para o que nos acostumamos chamar “grande mídia”, esses governos, já que todos trabalharam o assunto em menor ou maior medida, queriam controlar ou acabar com a liberdade de expressão. Como se todos eles quisessem voltar ao tempo da ditadura. Agora está acontecendo de novo porque a presidente Dilma mencionou o tema em sua campanha e o Partido dos Trabalhadores emitiu uma “resolução política” pedindo a criação de um novo marco regulatório.

Há que esclarecer que os governos, a sociedade, as empresas têm de obedecer à Constituição, inclusive o que está determinado sobre a mídia: os artigos 54 (parlamentares não podem ser concessionários de mídias), 220 (não pode haver monopólio na comunicação social eletrônica), 221 (produção regional e independente devem ser estimuladas) e 223 (complementaridade entre comunicação pública, privada e estatal). Essas determinações constitucionais não estão sendo cumpridas porque não foram regulamentadas, requisito para que passem a vigorar. Não foram devido à pressão da mídia e já lá se vão 27 anos. Há que esclarecer que a regulação requerida trata da organização econômica e geográfica do setor, não interfere nas linhas editoriais das TVs, rádios e jornais. O que busca não é “censurar” e sim o equilíbrio democrático em um setor com grande poder de interferir nas preferências e decisões dos cidadãos e dos governantes.

A mídia está regulamentada nos EUA, França, Inglaterra, Itália, Portugal, México e muitos outros países. Em nenhum deles há queixas de que a ordenação econômica e geográfica tenha causado censura. Mas a grande mídia da América do Sul continua batendo nessa tecla e está conseguindo manter o continente na rabeira do progresso comunicacional. Conseguiu melar o jogo na Argentina e na Venezuela, onde mídias e governos têm a pior relação do planeta (não há convivência inteligente, há guerra) e está conseguindo atrasar o avanço do Brasil no aperfeiçoamento da sua democracia. Até quando?

SENNÁ, Orlando. Regulação da mídia. *Observatório da Imprensa*, 27 jan. 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/_ed835_regulacao_da_midia/>. Acesso em: 4 dez. 2019.

5. Escrevendo o texto

Mãos à obra! Agora você deve escrever uma primeira versão de seu texto de opinião. Ao terminar, você pode apresentar seu texto para os colegas e/ou alguém que faça parte de seu público leitor, para que o comentem. Assim será possível observar como seus argumentos estão sendo recebidos e se a maneira de transmiti-los está sendo eficaz. Se necessário, com bases nesses comentários, refaça algumas partes ou escolha exemplos mais próximos de seu público leitor, até chegar a uma versão final. Peça auxílio ao professor de Língua Portuguesa, se necessário, e não esqueça de realizar uma revisão ortográfica e gramatical, além de observar a coesão e a coerência do texto.



Selecionando imagens

Referências imagéticas

Agora que você tem o texto central de seu fanzine pronto, deve escolher imagens para compor o trabalho. Você pode unir imagens e texto utilizando um editor de texto no computador (caso você disponha de um) para uma formatação mais tradicional. A linguagem do fanzine, contudo, tem como característica a composição de diferentes materiais, como textos e imagens impressas ou feitas à mão. Isso significa que você pode escrever o texto à mão e usar imagens de jornais ou revistas, ou ainda colar na matriz do fanzine o texto impresso e complementar com desenhos feitos por você, entre muitas outras possibilidades.

No início do projeto, você realizou uma colagem. Agora, você pode inserir novas imagens, junto com a colagem, para complementar seu fanzine, ou chamar a atenção para certos pontos de sua argumentação. Você também pode planejar onde e como posicionar a nuvem de palavras e o quadrinho.

Observe as posições das imagens que você pode inserir nas páginas do seu fanzine, como colagem, desenho à mão livre, ou uma mistura das duas técnicas. Se achar necessário, procure na internet ou em livros informações relacionadas a diagramação e *design* que possam ajudá-lo nessa etapa.

ATIVIDADES

ORGANIZANDO AS IMAGENS

Não escreva no livro.

1. Reúna todos os textos e seções prontos do seu fanzine. Procure elencar as principais ideias de cada um deles. Depois, faça uma listagem das características das imagens que podem acompanhar cada texto e seção do seu fanzine.
2. Pense em algumas ideias de imagens complementares que gostaria que entrassem no seu fanzine. Você poderá utilizá-las para deixar seu fanzine mais criativo. Se desejar, componha também legendas para as imagens, trazendo reflexões sobre elas, articulações com os textos ou mesmo ideias que extrapolem o tema central do fanzine. No entanto, não se esqueça de observar o espaço que as legendas irão ocupar nas páginas. Você deve separar um espaço para elas de acordo com o tamanho do texto.
3. Depois de prontas as listas das imagens que você pretende inserir no fanzine, é hora de começar a seleção ou produção delas. Abuse da criatividade. Você pode usar recortes e colagens, desenhos digitais ou feitos à mão e até mesmo cópias de fotografias tiradas especialmente para este projeto.

Produzindo e distribuindo o fanzine

Conhecendo a história dos fanzines

Os fanzines foram primeiro conhecidos como tais nos Estados Unidos, embora a época da sua criação seja incerta e controversa. O termo “fanzine”, porém, só passou a ser usado de fato para designar as revistas amadoras e artesanais na década de 1940. A palavra remete justamente à ideia de fã (*fan*, em inglês) e de revista (*magazine*, em inglês), indicando assim uma revista temática feita por e para fãs de um gênero literário, assunto, banda etc.

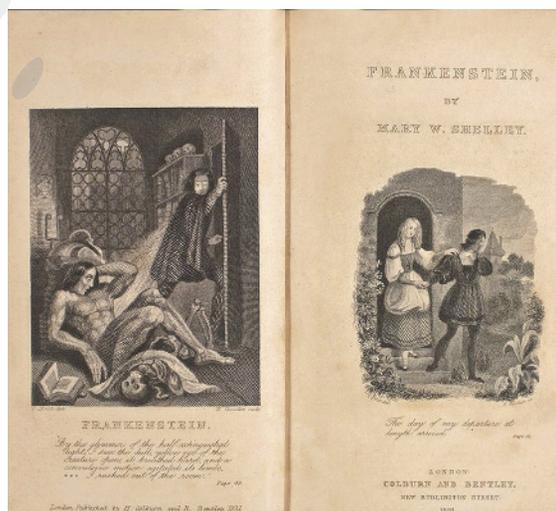
Esse tipo de revista, que tem periodicidade livre, geralmente traz assuntos de grande interesse das pessoas que o produzem e das que acompanham as publicações. Elas têm em comum algum gosto específico, como por uma obra, gênero ou tipo de arte, forma de expressão cultural, atividade etc.

A relação dos fanzines, por exemplo, com os fãs de ficção científica é muito estreita em sua origem. O tema da ficção científica acompanhou os primórdios da produção dos fanzines nas décadas de 1920 e 1930 nos Estados Unidos, período em que esse gênero literário começou a conquistar as massas não apenas na forma de textos escritos, como também fazendo imenso sucesso em produções cinematográficas. Textos clássicos de ficção científica estadunidense foram transpostos para o cinema, caso de *A guerra dos mundos*, de H. G. Wells, sobre a invasão da Terra por marcianos; de *Vinte mil léguas submarinas*, de Júlio Verne, em que o autor concebe um submarino, décadas antes de esse tipo de navio de guerra totalmente vedado e capaz de submergir no fundo do mar ter sido criado; e daquele que é considerado o romance fundador do gênero literário em questão, *Frankenstein*, escrito por **Mary Shelley**, que reflete sobre a condição humana a partir do desenvolvimento de um humanoide artificial e visualmente grotesco.

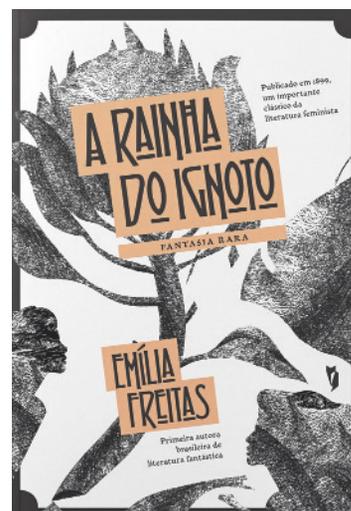
As mulheres tiveram um papel fundamental na história desse gênero literário, tanto no exterior quanto no Brasil. *A Rainha do Ignoto* é um romance considerado a primeira obra longa de ficção científica e fantasia da literatura brasileira, escrita por Emília Freitas em 1899. Outros nomes de mulheres são hoje bastante populares entre os leitores de ficção científica, como Ursula Le Guin e Octavia Butler.

O romance de ficção científica *Frankenstein*, da inglesa Mary Shelley (imagem à esquerda), é considerado o primeiro do gênero. No Brasil, o livro *A Rainha do Ignoto* (à direita) é considerado o primeiro texto longo de ficção científica nacional.

Recentemente reeditado, foi escrito pela cearense Emília Freitas e publicado pela primeira vez em 1899. A comunidade de fãs de ficção científica foi historicamente bastante próxima do formato fanzine.



UNIVERSIDADE WASHINGTON EM ST. LOUIS, SAINT LOUIS



REPRODUÇÃO



FUNDAÇÃO CASA DE RUI BARBOSA, RIO DE JANEIRO

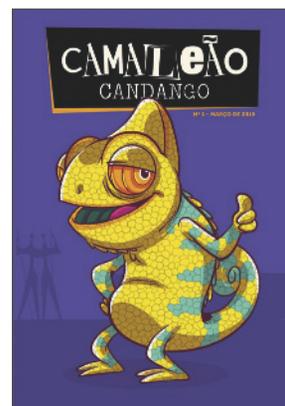
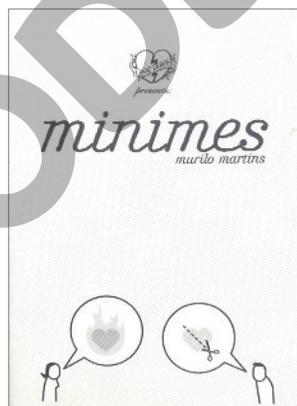
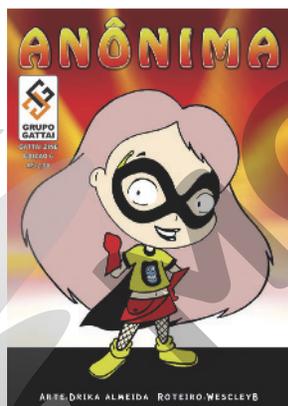


A ficção científica também foi tema de outras publicações independentes, em formatos que, embora não sejam tradicionalmente ligados ao fanzine, têm semelhanças com ele, como a literatura de cordel. Na imagem, o cordel *O homem que subiu em aeroplano até a lua* (Recife, 1947), de Leandro Gomes de Barros, editado por João M. de Athayde.

Fanzines e histórias em quadrinhos

As histórias em quadrinhos (HQs) também ganharam destaque como tema de fanzines com a difusão da imprensa, a comunicação de massa e a popularização de jornais e revistas entre o final do século XIX e o início do XX. O fanzine se tornou um meio extremamente popular de produzir e fazer circular quadrinhos independentes e de autores novos.

Fanzines se tornaram uma forma prática e barata de autores de histórias em quadrinhos sem editora – isto é, independentes – colocarem seu trabalho para circular. As imagens mostram alguns exemplos de zines feitos por autores de HQ.



IMAGENS: REPRODUÇÃO

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

Fanzine no Brasil

No Brasil, o primeiro periódico considerado formalmente um fanzine surgiu em 1965. Nesse ano, foi **mimeografado** o fanzine produzido pelo desenhista, ilustrador e cartunista Edson Rontani, na cidade de Piracicaba (SP). O fanzine se chamava *Ficção: Boletim do Intercâmbio Ciência-Ficção "Alex Raymond"* e tinha como tema as histórias em quadrinhos.

Na década de 1980, com a expansão e popularização das copiadoras automáticas, houve uma rápida disseminação de fanzines no Brasil. Tornou-se muito comum as pessoas publicarem fanzines dos mais variados tipos e sobre diversos temas. Esse tipo de mídia contribuiu com a divulgação de criações artísticas da cena independente, como bandas de música, textos literários, histórias em quadrinhos, ilustrações, e estimulou também o desenvolvimento do *design* gráfico.

Pesquise fanzines impressos ou digitais que sejam de seu interesse na internet. Procure ao menos dois com temáticas diferentes para ler e conhecer sua estrutura e os recursos utilizados. Depois de selecioná-los procure observar as características de cada um deles e responda às questões a seguir:

- a) Qual o título?
- b) Quantas páginas tem a publicação?
- c) Quais são as temáticas trabalhadas nos textos apresentados?
- d) Que recursos gráficos são utilizados? Ele possui ilustrações, fotos ou colagens?
- e) O que mais chama sua atenção no fanzine escolhido?
- f) Observe algumas técnicas utilizadas que podem ser apropriadas por você na confecção do seu fanzine. Troque informações com seus colegas sobre as técnicas que consideram mais viáveis e interessantes para serem usadas na produção de vocês.

Criatividade e planejamento

Nada mais interessante para refletir sobre a mídia do que produzir mídia! O fanzine é um formato bastante popular de mídia independente. De produção barata e relativamente simples, o fanzine promove a circulação de ideias sem depender do crivo, do investimento e dos limites dos meios de comunicação de massa.

Você deve escolher o tipo e o tamanho do papel que irá usar para confeccionar seu fanzine. Se preferir também pode optar por um papel colorido, embora isso dificulte o uso de fotocopiadoras. Lembre-se de que o tamanho do seu fanzine é muito importante, pois essa característica definirá a quantidade de texto e imagens que caberão em suas páginas, assim como suas dimensões. Você já deve ter os textos e imagens prontos a partir das atividades das etapas anteriores.

Outro aspecto que precisa ser destacado é a definição do título do fanzine. O fanzine deve ter um título criativo e que atraia o interesse do seu público leitor. Dependendo do conteúdo, você pode utilizar o título do texto de opinião como título do fanzine.

ANGELO DAVANÇO



Um fanzine é uma composição: é preciso planejar e organizar os elementos previamente criados e disponíveis, escolhendo a maneira como serão apresentados ao público. A sua criatividade é essencial no processo. Vamos lá?

A capa do fanzine também é fundamental, pois é ela que apresenta o produto ao seu público. Uma sugestão interessante é utilizar a colagem que você fez no início do projeto como capa.

Os textos do miolo também devem ganhar destaque com títulos marcantes, diferentes fontes e recursos visuais para deixar o projeto gráfico do seu fanzine interessante. Eles devem ser dispostos de maneira visualmente agradável e que seja de fácil leitura e, caso deseje, com imagens que ajudem a reforçar as ideias que você pretende transmitir. Um recurso interessante é variar as fontes ou criar artesanalmente fontes para o fanzine. Veja na imagem a seguir alguns exemplos de fontes.

Existem várias técnicas de montagem e diagramação dos fanzines. Você pode optar por fazer tudo no computador, à mão diretamente no papel ou mesclando as técnicas. Contudo, serão necessários planejamento e alguns cuidados no processo de diagramação.

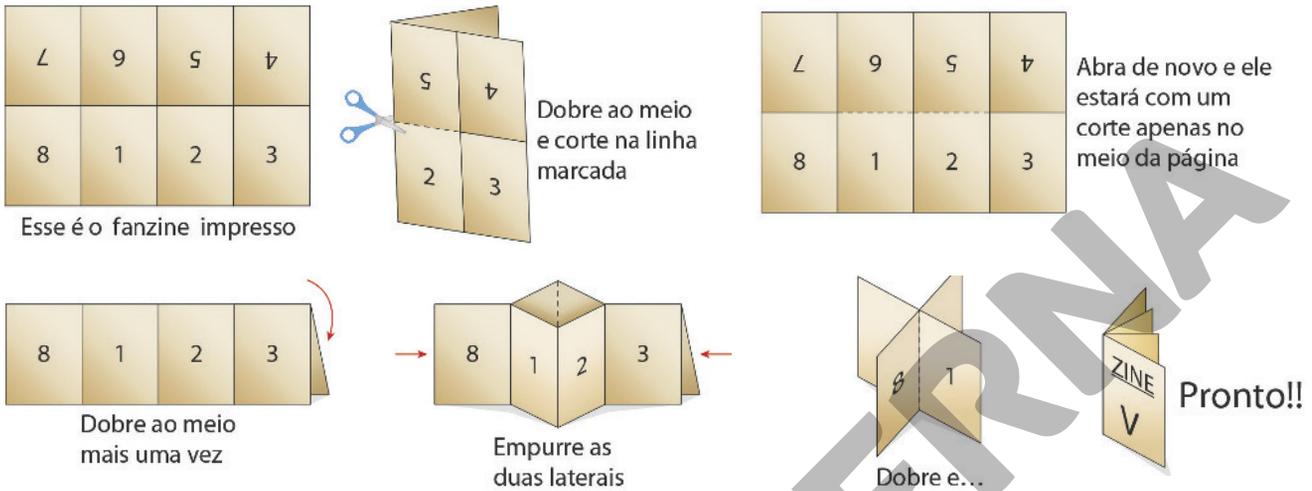


A escolha do tamanho do papel está relacionada à dimensão que o fanzine terá. O tipo de montagem e fixação das páginas, como por meio de dobradura ou furos perpassados por linhas, são opções que também precisam ser decididas previamente para que a diagramação e os materiais necessários fiquem de acordo com a sua concepção original.

ILUSTRAÇÕES: GUILHERME LUCIANO

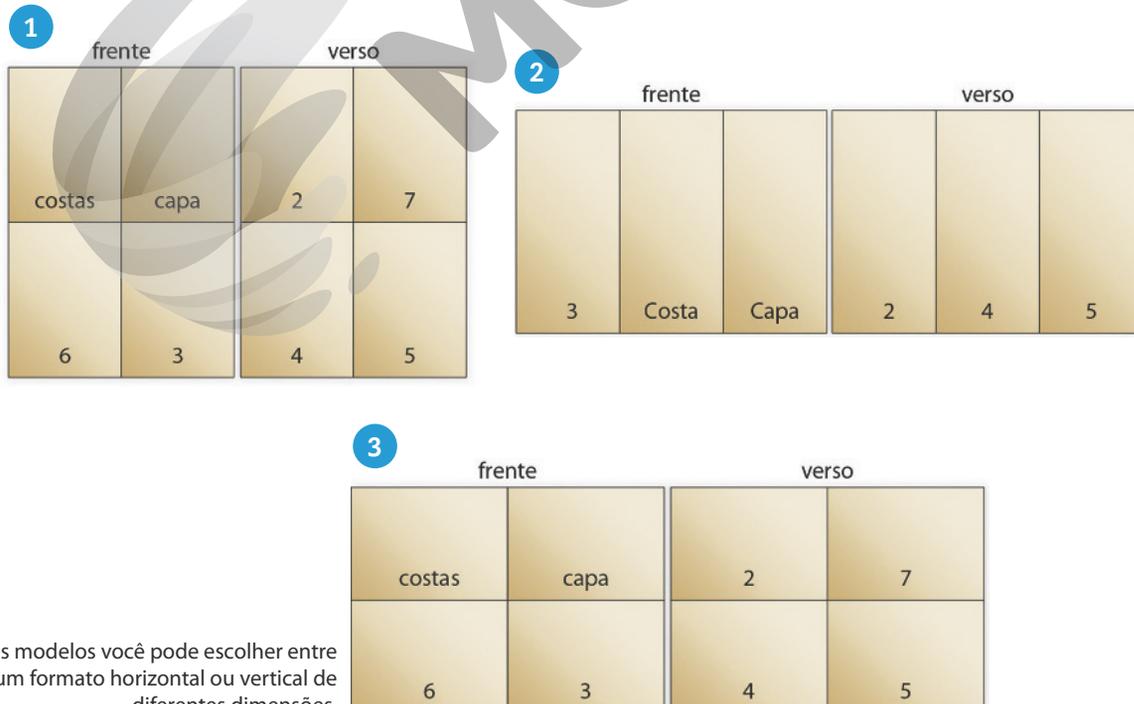


Caso você use papel A4, uma opção é planejar a diagramação de duas páginas em cada folha de papel dobrada ao meio. Você também pode dispor mais páginas menores em uma mesma folha. É necessário ficar atento para a disposição das páginas na montagem. Na ilustração a seguir você pode observar detalhes da técnica de dobradura de fanzines. Se desejar, você pode utilizar um papel um pouco maior que o usual para que as páginas fiquem um pouco mais amplas. Observe que, dependendo do tamanho da folha que você utilizar, o tamanho final do fanzine será diferente, obtendo variados efeitos.



Neste exemplo, em cada folha de papel são organizados oito quadros contendo cada um deles uma das páginas do fanzine. Este modelo serve especificamente para fanzines de oito páginas, contando a capa e contracapa.

É possível ainda organizar a divisão das páginas de outras maneiras com a técnica de dobradura, como usando quatro quadros ou três quadros por folha. Nesse caso, é possível produzir um número ilimitado de páginas, terminando, porém, em página ímpar. Observe os três modelos a seguir.



Nestes modelos você pode escolher entre um formato horizontal ou vertical de diferentes dimensões.

Quando fizer o seu fanzine, deixe um *e-mail* para contato e peça retorno de seu público leitor! Dessa maneira, você poderá estabelecer um diálogo com base na temática escolhida.

ATIVIDADES MONTANDO SEU FANZINE

Não escreva no livro.

Agora você deve realizar a montagem de seu fanzine.

1. Escolha um dos modelos de montagem de fanzine apresentados anteriormente para servir de base. Planeje cada página na folha conforme o modelo escolhido.
2. Faça uma primeira diagramação sem colar definitivamente as partes (caso use a técnica clássica de impressão/cópia/colagem) e realize um teste de montagem, anotando a lápis quais partes devem ir em cada lugar. Faça ajustes se necessário.
3. Com a diagramação resolvida, imprima seu fanzine ou cole as partes impressas e complemente com os desenhos e outros ajustes.
4. Faça quantas cópias desejar e monte seguindo as instruções apresentadas.

Distribuindo o fanzine

Com o fanzine pronto, é hora de pensar em como fazê-lo circular entre o público leitor que você definiu ao longo do processo de produção, nas etapas anteriores do projeto. Como inspiração, leia o texto (nesta e na página a seguir) para conhecer mais sobre a produção e distribuição de fanzines nas décadas de 1980 e 1990, quando esse tipo de publicação fez muito sucesso entre artistas independentes e o público que buscava veículos alternativos aos meios de comunicação de massa.

Passaram-se 40 anos desde que a primeira edição de *Sniffin Glue* foi lançada por Mark Perry na Inglaterra. Completamente artesanal feita de fotocópias e grampeada manualmente a publicação buscava fazer uma cobertura do que acontecia na cena *punk* inglesa sem o distanciamento característico dos meios de comunicação tradicionais. Era o início da cultura fanzine.

Nos anos 1980 e 1990, os zines se espalharam pelo mundo e passaram a ser utilizados na divulgação da produção artística de subculturas urbanas diversas. No Brasil, os zines serviram para que toda uma geração entrasse em contato com bandas independentes durante a década de 90. “Zineiro” veterano, o paulistano Márcio Sno registrou a história do zine no Brasil com o documentário *Fanzineiros do Século Passado* (2011) e com o livro *O Universo Paralelo dos Zines* (2015).

– Os zines divulgavam bandas, literatura, poesia, histórias em quadrinhos, ilustrações e demais artes que não tinham acesso aos veículos de comunicação em massa, pois não tinham como objetivo principal a indústria cultural – lembra Sno.

No início dos anos 2000, porém, a internet passou a popularizar-se no Brasil. A facilidade da divulgação *on-line* eliminou o envio de material impresso, e os fanzines passaram por um período de baixa circulação.

Foi só na segunda década do novo século que os zines reencontram-se com o público, passando a ser menos informativos e firmando-se como uma plataforma ideal para a exploração artística.

– Os zines tiveram que se adaptar. Os editores optaram por formatos diferentes, buscando texturas e impressões diferenciadas. Todos esses recursos que fazem mais sentido você manusear do que apenas ver uma publicação em PDF no computador – explica Sno.

Hoje, eventos relacionados a zines e à produção gráfica ocorrem em todo o país [...].

Apesar de saber que alguns zineiros mais antigos “torcem o nariz” para os zines contemporâneos mais bem acabados e menos informativos, Anelise julga que a convivência entre gerações é possível:

– É muito legal participar das feiras porque, no final, trocamos os zines que sobraram entre os expositores. Zineiros mais jovens acabam aprendendo com os mais antigos como tudo começou. Já os mais velhos vão entendendo qual será o futuro da publicação.

[...]

– Eles estão mais limpos que zines das décadas de 1980 e 1990, mas o espírito é o mesmo. É um formato que nos dá mais liberdade para pensar projeto gráfico e pautas diferentes – avalia a editora Maria Luisa Puig Belan.

O pesquisador Jamer Melo, que fez seu mestrado em Educação na UFRGS sobre fanzines, acredita que este é um momento em que o formato está ultrapassando barreiras. Além de informativo, está sendo explorado em suas possibilidades estéticas.

A VOLTA dos fanzines. *GZH*, 11 mar. 2016. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2016/03/a-volta-dos-fanzines-4994639.html>>. Acesso em: 4 dez. 2019.

ATIVIDADES

DISTRIBUIÇÃO: FEIRA DE FANZINES

Não escreva no livro.

Para além da circulação direta entre seu público leitor, é possível organizar com seus colegas e professores uma feira de fanzines aberta à comunidade escolar e também ao público externo à escola definido por vocês. Essa é uma oportunidade de conhecer novas soluções gráficas/técnicas para fanzines, observando como seus colegas produziram os fanzines deles e também de trocar exemplares entre vocês.

1. Combinem com os professores e a administração da escola o dia, horário e local da feira.
2. Elaborem um cartaz com a estética zineira, divulgando o evento para a comunidade escolar.
3. Calcule quantas cópias de seu fanzine serão distribuídas e trocadas. Faça o número apropriado de cópias e monte-as antes do evento.

4. No dia, antes do horário de abertura ao público, organizem carteiras e/ou mesas onde os fanzines ficarão expostos.
5. Exponha seu fanzine no local combinado.
6. Além de ficar ao lado de seu fanzine, reserve um tempo para circular carregando cópias dele para trocar com seus colegas.
7. Como atividade extra, vocês podem oferecer à comunidade escolar uma oficina de fanzines, ou realizar um debate sobre a temática dos fanzines – mídia e Estado –, em que as principais ideias dos textos são discutidas presencialmente. Caso optem por incluir essas atividades no evento, isso deverá ser informado no cartaz de divulgação.

Autoavaliação

Não escreva no livro.

A produção do fanzine, um tipo de mídia independente, propiciou o contato com diferentes tipos de linguagem (imagética, textual, jornalística, gráfica, midiática etc.), o desenvolvimento da criatividade e a reflexão sobre a democratização do acesso aos meios de comunicação. Durante o projeto você refletiu sobre as questões desafiadoras e construiu algumas respostas para elas. Depois de percorrer todas as etapas do projeto e concluir a produção e distribuição do seu fanzine, chegou o momento de fazer uma autoavaliação. Esse momento pode ajudar você a repensar suas próprias práticas e elaborar críticas construtivas, que também poderão auxiliar na vida fora da escola.

Com base em suas reflexões pessoais responda:

1. Como foi a experiência de fazer um fanzine?
2. Que dificuldades encontrei ao longo do trabalho neste projeto e que ferramentas permitiram superá-las?
3. Que relações foi possível estabelecer entre o debate do conteúdo do fanzine e o fanzine enquanto mídia?
4. Quais foram as impressões do público leitor sobre meu fanzine?
5. Que novas possibilidades esse projeto abriu para mim? Há algo que experimentei pela primeira vez? O quê? Por que foi importante?

PARA CONSULTAR

Sites

- CAPITOLINA. Disponível em: <<http://www.revistacapitolina.com.br/por-que-zine-e-tao-daora/>>. Acesso em: 13 dez. 2019.

Na revista *Capitolina* é possível encontrar diversos artigos, inclusive um manual de como criar fanzines. De forma bastante didática, as reportagens explicam tanto a parte técnica quanto a parte conceitual dos fanzines.

- INTERVOZES: coletivo Brasil de comunicação social. Disponível em: <<https://intervozes.org.br/tipo-de-publicacao/livros/>>. Acesso em: 13 dez 2019.
A ONG Intervozes luta pelo direito à comunicação e publica em formato digital diversos livros com mais informações e dados sobre esse debate no Brasil.

Vídeo

- O MERCADO de notícias. Direção: Jorge Furtado. Brasil, 2014. 94 min.

Com uma abordagem sobre os interesses que permeiam a mídia e a circulação de notícias, este documentário mescla depoimentos e trechos de uma encenação do espetáculo teatral homônimo do século XVII, escrito pelo dramaturgo inglês Ben Jonson (1572-1637).